



Giới thiệu về **KHỞI NGHIỆP**

Katherine Carpenter

Nguyễn Thành Long dịch

Giới thiệu về Khởi nghiệp

Giới thiệu về Khởi nghiệp

KATHERINE CARPENTER

JONATHAN CARPENTER

Đại học Kwantlen Polytechnic • Surrey, B.C

Bản dịch này là một phần của Dự án [Thư viện Tài nguyên Giáo dục – Khoa học Mở \(Open Education/Science Resources – OESR\)](#) của Trường Đại học Thành Đô.

Việc dịch thuật được thực hiện bởi nhóm nghiên cứu thuộc Viện Nghiên cứu Giáo dục và Chuyển giao Tri thức, Trường Đại học Thành Đô.

Nhóm điều phối

PGS.TS. Phan Thị Thanh Thảo – Hiệu trưởng, Trường Đại học Thành Đô

TS. Phạm Hùng Hiệp – Viện trưởng, Viện Nghiên cứu Giáo dục và Chuyển giao tri thức, Trường Đại học Thành Đô

Nhóm dịch

NCS. Nguyễn Thành Long – Nghiên cứu sinh, Đại học Quản lý và Công nghệ Tunku Abdul Rahman, Malaysia; Nghiên cứu viên, Viện Nghiên cứu Giáo dục và Chuyển giao tri thức, Trường Đại học Thành Đô

Nhóm hiệu đính

Nguyễn Thái Bình An (Biên tập viên) – Nghiên cứu viên, Viện Nghiên cứu Giáo dục và Chuyển giao tri thức

Đỗ Thị Minh Anh – Thực tập sinh, Viện Nghiên cứu Giáo dục và Chuyển giao tri thức

Phạm Nguyễn Bảo Châu – Thực tập sinh, Viện Nghiên cứu Giáo dục và Chuyển giao tri thức

Nguyễn Ngọc Diệp Linh – Thực tập sinh, Viện Nghiên cứu Giáo dục và Chuyển giao tri thức

Trần Thị Thu Trang – Nghiên cứu sinh, Trường Đại học Dược Hà Nội



Đây là bản dịch tiếng Việt cuốn sách [Introduction to Entrepreneurship](#) của tác giả Katherine Carpenter.
Cuốn sách được chia sẻ theo giấy phép [CC BY-NC-ND 4.0](#). © 2021 by Katherine Carpenter

Mục lục

Về ấn bản này	1
Chương 1. Khởi nghiệp là gì?	3
1. Định nghĩa Khởi nghiệp	5
2. Vai trò của Doanh nhân trong Xã hội Ngày nay	12
3. Các loại hình khởi nghiệp	16
Học phần 2: Những đặc điểm của doanh nhân	24
4. Đặc điểm, Kỹ năng và Năng lực của Doanh nhân	25
5. Tư duy Khởi nghiệp	31
6. Đổi mới và Sáng tạo trong Khởi nghiệp	38
Học phần 3: Quá trình Khởi nghiệp	46
7. Quy trình Khởi nghiệp	47
8. Chuẩn bị bài tập cho Học phần 4	57
Học phần 4: Tiềm năng Khởi nghiệp của bạn	59
9. Nộp bài tập Học phần 4: Kế hoạch Khởi nghiệp	60
10. Tổng kết Khoá học và Suy ngẫm	62
Về Biên tập viên	63
Về Cộng tác viên	64

Về ấn bản này

Chào mừng đến với Giới thiệu về Khởi nghiệp

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [About this edition – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi:

Xin chào tất cả các bạn và chào mừng đến với khóa học “Giới thiệu về Khởi nghiệp”. Khóa học này sẽ cung cấp cho bạn cái nhìn tổng quan và sự hiểu biết về khởi nghiệp, đồng thời giúp bạn khám phá tiềm năng khởi nghiệp của chính mình. Dù bạn đã có hay chưa có kinh nghiệm khởi nghiệp hoặc hiểu biết về các khái niệm liên quan, khóa học này đều phù hợp với bạn. Chúng ta sẽ tìm hiểu khởi nghiệp như một khái niệm, điều gì làm nên sự khác biệt của một doanh nhân, và cách mỗi người trong chúng ta có thể sử dụng tư duy khởi nghiệp như một công cụ để tạo ra những thay đổi tích cực trong cuộc sống và thế giới xung quanh chúng ta. Trong suốt khóa học, bạn sẽ khám phá và phát triển các kỹ năng khởi nghiệp thông qua nhiều hoạt động và bài tập.

Khi tham gia khóa học, bạn sẽ có tùy chọn học các khái niệm này thông qua việc xem video hoặc đọc bản ghi. Hãy thử nghiệm cả hai phương pháp và chọn cách tiếp cận phù hợp nhất với bạn. Bạn luôn có thể quay lại và lặp lại các bài học và hoạt động tương tác bao nhiêu lần tùy thích.

Trong quá trình học, bạn sẽ thấy có nhiều hoạt động và bài tập. Nếu bạn tham gia khóa học này như một phần của chương trình chính thức tại một cơ sở giáo dục sau trung học, hãy xác nhận với giảng viên của mình xem các hoạt động và bài tập có được giữ nguyên hay có sự thay đổi nào không. Nếu bạn đang tự học khóa này vì mục đích cá nhân, hãy thoải mái hoàn thành các hoạt động và bài tập để phục vụ lợi ích của bản thân. Đến cuối khóa học, với các kỹ năng khởi nghiệp đã được trau dồi, bạn sẽ phát triển kế hoạch khởi nghiệp của riêng mình nhằm tạo ra những thay đổi tích cực.

Một lần nữa, chào mừng bạn đến với khóa học và chúc bạn có một hành trình học tập thật thú vị và hiệu quả!

Khóa học này sẽ giới thiệu cho bạn cách tiếp cận khởi nghiệp như một lối sống và tạo dựng sự nghiệp của riêng bạn. Thông qua các khái niệm và mô hình nền tảng, chúng ta sẽ tìm hiểu quy trình khởi nghiệp, bao gồm: nhận diện bản sắc doanh nhân, tạo lập và đánh giá cơ hội, huy động nguồn lực và phát triển. Khóa học được thiết kế xoay quanh các giai đoạn chính của quá trình này và cung cấp cái nhìn tổng quan về các yếu tố then chốt để thành công trong khởi nghiệp ở nhiều ngành, lĩnh vực và vai trò khác nhau.

2 - Giới thiệu về Khởi nghiệp

Chương 1. Khởi nghiệp là gì?

Hãy bắt đầu học phần này bằng cách xem hoặc đọc nội dung dưới đây. Mỗi bài trong khóa học này đều có một video giới thiệu tóm tắt các bài học và nhiệm vụ cần hoàn thành. Hãy cố gắng sử dụng những thông tin này để xây dựng một kế hoạch hành động nhằm hoàn thành các nhiệm vụ và các hoạt động học tập liên quan khi bạn tham gia khóa học.

Giới thiệu về học phần 1

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Unit 1: What is Entrepreneurship?](#)

Bản ghi

Trong học phần này, chúng ta sẽ tìm hiểu về bản chất của Khởi nghiệp và lý do vì sao nó lại quan trọng. Khởi nghiệp là một khái niệm rộng lớn, nhưng thường bị hiểu nhầm theo nghĩa rất hẹp, trong khi thực tế, nó mang tính đa dạng và có thể được diễn giải theo nhiều cách khác nhau. Học phần này được xây dựng để bạn có thể khám phá những góc nhìn khác nhau về khái niệm này, đồng thời bắt đầu xây dựng một định nghĩa có ý nghĩa riêng về khởi nghiệp đối với bản thân bạn. Xuyên suốt bài học phần, bạn sẽ tham gia vào nhiều hoạt động và tài liệu học tập nhằm tìm hiểu bản chất và các biểu hiện của khởi nghiệp trong xã hội ngày nay; và đến cuối học phần, bạn sẽ đưa ra định nghĩa của riêng mình về khởi nghiệp.

Đến cuối học phần, bạn sẽ hoàn thành những nội dung sau:

Mục tiêu học tập:

- Định nghĩa khởi nghiệp
- Suy ngẫm về vai trò của các doanh nhân trong xã hội ngày nay
- Nhận biết các loại hình khởi nghiệp khác nhau
- Đánh giá mức độ phù hợp của từng loại hình khởi nghiệp

4 - Giới thiệu về Khởi nghiệp

1. Định nghĩa Khởi nghiệp

Tóm tắt Nhiệm vụ:

- Bài 1.1.1: Định nghĩa Khởi nghiệp
- Bài 1.1.2: Các chủ đề Khởi nghiệp
- Hoạt động 1.1.1: Đọc/Xem/Nghe
- Hoạt động 1.1.2: Viết báo cáo

Kết quả học tập:

- Định nghĩa khởi nghiệp
- Suy ngẫm về các chủ đề liên quan đến khởi nghiệp
- Xem xét các cách tiếp cận đối với khởi nghiệp

Hãy bắt đầu học phần này bằng cách hoàn thành các bài học dưới đây. Nhiều bài học trong khóa học này cung cấp lựa chọn cho bạn: xem video hoặc đọc nội dung, kèm theo các hoạt động ngắn như câu hỏi trắc nghiệm để kiểm tra mức độ hiểu bài. Bạn nên học theo trình tự từ trên xuống, bắt đầu với các bài học và kết thúc bằng các hoạt động học tập ở cuối trang.

Bài 1.1.1: Định nghĩa Khởi nghiệp

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Defining Entrepreneurship – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi:

Khởi nghiệp thực sự là gì, và bạn nghĩ đến ai khi nhắc đến một người có tinh thần khởi nghiệp? Có phải là những người xuất hiện trong chương trình Dragon's Den? Hay là sinh viên đầy nhiệt huyết bắt đầu một tổ chức phi lợi nhuận để làm sạch đại dương? Hoặc có thể là tài xế Uber Eats mang món taco đến tận cửa nhà bạn? Tất cả những ví dụ này đều có một vài điểm chung: họ tin tưởng vào điều gì đó hoặc ai đó, họ có đam mê với điều tuyệt vời, và họ cam kết với sự tiến bộ và hành động để biến điều đó thành hiện thực. Bạn có muốn sống một cuộc đời tràn đầy niềm tin, đam mê và sự phát triển không? Nếu có, có thể bạn chính là một doanh nhân!

Doanh nhân có mặt ở khắp mọi nơi và họ đóng vai trò then chốt trong xã hội của chúng ta. Để bắt đầu, chúng ta sẽ cùng nhau tìm hiểu và xây dựng định nghĩa riêng về tinh thần khởi nghiệp. Với định nghĩa đó trong tâm trí, chúng ta sẽ suy ngẫm về vai trò của doanh nhân trong thế giới hiện đại, các loại hình doanh nhân khác nhau, và đánh giá mức độ phù hợp và mức độ liên quan của họ trong xã hội ngày nay.

6 - Giới thiệu về Khởi nghiệp

Mặc dù có thể có những quan niệm rập khuôn về doanh nhân và khởi nghiệp, nhưng tinh thần khởi nghiệp thực sự rộng lớn hơn nhiều so với việc chỉ vay vốn để bắt đầu một doanh nghiệp hoặc tham gia chương trình Dragon's Den để kêu gọi đầu tư. Doanh nhân có mặt ở khắp mọi nơi, trong tất cả các ngành nghề, và họ tạo ra những thay đổi nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống của bản thân và người khác.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Defining Entrepreneurship – Introduction to Entrepreneurship](#)

Hãy cùng xem xét và suy ngẫm về một số câu nói từ những người thông thái về khởi nghiệp:

“Dù không có một định nghĩa được chấp nhận rộng rãi về khởi nghiệp, nhưng có thể nói rằng nó là một khái niệm đa chiều. Nó liên quan đến việc phân tích con người và hành động của họ, cùng với cách mà họ tương tác với môi trường xung quanh, bao gồm các yếu tố xã hội, kinh tế hay chính trị, và các khung pháp lý, chính sách và thể chế giúp định hình và hợp pháp hóa các hoạt động của con người.” (Blackburn, 2011, tr. xiii).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Defining Entrepreneurship – Introduction to Entrepreneurship](#)

“Khởi nghiệp liên quan đến một loạt các hoạt động và mức độ phân tích khác nhau, dẫn đến không có định nghĩa nào là hoàn toàn chính xác.” (Lichtenstein, 2011, tr. 472).

“[Khởi nghiệp] là một quá trình phức tạp, hỗn loạn và không tuyến tính. Là những nhà giáo, chúng ta có trách nhiệm phát triển khả năng suy luận và kỹ năng thực thi của học sinh để họ có thể thành công trong những môi trường tràn ngập sự không chắc chắn.” (Neck và Greene, 2011, tr. 55).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Defining Entrepreneurship – Introduction to Entrepreneurship](#)

“Doanh nhân có thể được mô tả là người tạo ra một doanh nghiệp mới trong bối cảnh rủi ro và sự không chắc chắn, với mục tiêu đạt được lợi nhuận và tăng trưởng thông qua việc nhận diện các cơ hội quan trọng và tập hợp các nguồn lực cần thiết để tận dụng chúng.” (Zimmerer & Scarborough, 2008, tr. 5).

“Doanh nhân là người tổ chức, quản lý và chịu rủi ro trong một doanh nghiệp hoặc tổ chức.” (Entrepreneur, n.d.).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Defining Entrepreneurship – Introduction to Entrepreneurship](#)

Khi cố gắng định nghĩa khởi nghiệp, chúng ta có thể nghĩ đến một người thực hiện các hoạt động cần thiết để bắt đầu một doanh nghiệp. Tuy nhiên, với những góc nhìn đa dạng được liệt kê ở trên, nhiều trong số đó không liên quan gì đến việc bắt đầu một

doanh nghiệp vì lợi nhuận, có vẻ như thật khó để đặt ra một quy tắc cứng nhắc nào về định nghĩa của khởi nghiệp, và rõ ràng cũng không hợp lý nếu chỉ đánh giá định nghĩa này qua các hoạt động hoàn toàn để bắt đầu một doanh nghiệp vì lợi nhuận.

Bài 1.1.2: Các chủ đề Khởi nghiệp

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Defining Entrepreneurship – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Sau khi xác định khoảng 90 thuộc tính liên quan đến khởi nghiệp, Gartner (1990) đã quay lại gặp các doanh nhân và các chuyên gia khác để nhờ hỗ trợ trong việc phân nhóm các thuộc tính thành các chủ đề, nhằm tóm tắt những gì mà những người quan tâm đến khởi nghiệp nghĩ về khái niệm này. Cuối cùng, ông đã đưa ra các chủ đề khởi nghiệp sau đây:

Doanh nhân

Chủ đề doanh nhân là ý tưởng cho rằng khởi nghiệp liên quan đến những cá nhân có những đặc điểm và khả năng đặc biệt (ví dụ: khả năng chấp nhận rủi ro, cảm giác kiểm soát, tự chủ, kiên trì, cam kết, tầm nhìn, sáng tạo). Gần 50% số người tham gia khảo sát đánh giá những đặc điểm này là không quan trọng đối với định nghĩa về khởi nghiệp (Gartner, 1990, tr. 21, 24). Câu hỏi cần được giải quyết là: “Khởi nghiệp có liên quan đến những doanh nhân (những cá nhân có đặc điểm đặc biệt) không?” (Gartner, 1990, tr. 25).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Defining Entrepreneurship – Introduction to Entrepreneurship](#)

Sự đổi mới

Chủ đề đổi mới được đặc trưng bởi việc làm một điều gì đó mới, có thể là ý tưởng, sản phẩm, dịch vụ, thị trường hoặc công nghệ trong một tổ chức mới hoặc đã thành lập. Chủ đề đổi mới cho thấy rằng đổi mới không chỉ giới hạn ở các doanh nghiệp mới, mà còn được công nhận là điều mà các tổ chức lớn hơn và/hoặc lâu đời hơn cũng có thể thực hiện (Gartner, 1990, tr. 25). Một số chuyên gia mà Gartner đã hỏi ý kiến cho rằng việc đưa đổi mới vào định nghĩa về khởi nghiệp là quan trọng, trong khi những người khác lại không nghĩ rằng nó quan trọng đến vậy (Gartner, 1990, tr. 25).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Defining Entrepreneurship – Introduction to Entrepreneurship](#)

Tạo dựng Tổ chức

Chủ đề tạo dựng tổ chức mô tả các hành vi liên quan đến việc thành lập các tổ chức. Chủ đề này đề cập đến việc thu thập và tích hợp các thuộc tính nguồn lực (ví dụ: mang nguồn lực vào sử dụng, kết hợp cơ hội với nguồn lực, huy động nguồn lực, thu thập

nguồn lực) và các thuộc tính mô tả việc tạo dựng các tổ chức (phát triển doanh nghiệp mới và việc tạo ra một doanh nghiệp mang lại giá trị) (Gartner, 1990, tr. 25). Câu hỏi cần được giải quyết là: “Khởi nghiệp có liên quan đến việc thu thập và tích hợp nguồn lực (hoạt động tạo dựng doanh nghiệp mới) không?” (Gartner, 1990, tr. 25).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Defining Entrepreneurship – Introduction to Entrepreneurship](#)

Tạo ra Giá trị

Chủ đề tạo ra giá trị diễn đạt ý tưởng rằng khởi nghiệp tạo ra giá trị. Các thuộc tính trong yếu tố này chỉ ra rằng việc tạo ra giá trị có thể được thể hiện qua việc cải thiện một tổ chức (có thể là một doanh nghiệp, tổ chức phi lợi nhuận, tổ chức từ thiện, hoặc một nhóm nhỏ thay đổi thế giới), tạo ra một tổ chức mới, phát triển một tổ chức, tạo ra của cải, hoặc phá vỡ tình trạng hiện tại (Gartner, 1990, tr. 25).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Defining Entrepreneurship – Introduction to Entrepreneurship](#)

Sự Độc đáo

Chủ đề sự độc đáo gợi ý rằng khởi nghiệp phải có sự độc đáo. Sự độc đáo được đặc trưng bởi các thuộc tính như cách suy nghĩ đặc biệt, tầm nhìn về sự thành công, khả năng nhìn nhận các tình huống dưới góc độ những nhu cầu chưa được đáp ứng, và tạo ra một sự kết hợp độc đáo (Gartner, 1990, tr. 26).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Defining Entrepreneurship – Introduction to Entrepreneurship](#)

Khởi nghiệp mang nhiều ý nghĩa khác nhau đối với từng người, và nó bao gồm việc thực hiện những hành động nhất định, sở hữu những kỹ năng và đặc điểm riêng biệt, cũng như có khả năng tiếp cận và tận dụng các nguồn lực – điều này có thể (và nên) được áp dụng trên mọi ngành nghề và loại hình tổ chức.

Các cách tiếp cận Khởi nghiệp

Một cách cuối cùng để nhìn nhận khởi nghiệp là thông qua các cách tiếp cận được sử dụng nhằm cải thiện cuộc sống của bản thân và thế giới xung quanh. Dưới đây là bốn cách tiếp cận chính đối với khởi nghiệp, được điều chỉnh từ các thuộc tính mà Gartner đưa ra:

1. **Đổi mới**
 - 1.1. **Định nghĩa:** Đổi mới liên quan đến việc giải quyết vấn đề một cách sáng tạo và nhìn thấy các giải pháp ở những nơi mà người khác có thể không nhận ra ngay.
2. **Khởi nghiệp**

9 - Giới thiệu về Khởi nghiệp

- 2.1. Định nghĩa: khởi nghiệp có thể là quy mô lớn hoặc nhỏ, và có thể do nhiều người hoặc chỉ một người thực hiện. Hai yếu tố khiến việc khởi nghiệp khác biệt so với các loại hình tổ chức khác là doanh nghiệp cần cung cấp một loại sản phẩm hoặc dịch vụ và mục tiêu là tạo ra nhiều tiền hơn mức chi phí vận hành (tức là tạo ra lợi nhuận).
3. Cải tiến từ bên trong
 - 3.1. Định nghĩa: Hiếm khi mọi thứ đã hoàn hảo ngay từ đầu – và thế giới cũng không đứng yên! Việc cải thiện các tổ chức hiện có nhằm nâng cao hiệu quả và năng suất không chỉ có giá trị mà đôi khi còn là điều cần thiết cho sự phát triển bền vững của tổ chức.
4. Thành lập tổ chức phi lợi nhuận
 - 4.1. Định nghĩa: Các tổ chức phi lợi nhuận cũng cung cấp sản phẩm và dịch vụ, nhưng mục tiêu của họ là chỉ thu đủ chi phí để duy trì hoạt động. Thông thường, các tổ chức này cung cấp dịch vụ xã hội và có thể là tổ chức phi lợi nhuận đã đăng ký, doanh nghiệp xã hội hoặc tổ chức từ thiện (đã đăng ký hoặc chưa đăng ký).

Hãy ghi nhớ những nội dung này, vì chúng ta sẽ đi sâu hơn vào chi tiết từng cách tiếp cận trong các phần sau của khóa học và sử dụng chúng trong hoạt động mô phỏng ở Bài 3.

Hoạt động 1.1.1: Đọc/Xem/Nghe - Suy ngẫm

Trong Học phần 2, chúng ta sẽ tìm hiểu về các kỹ năng khởi nghiệp, trong đó có một kỹ năng quan trọng là thu thập nguồn lực. Để bắt đầu rèn luyện kỹ năng thu thập nguồn lực và đổi mới trong khởi nghiệp, nhiệm vụ của bạn là tìm kiếm trong các tài liệu liên kết bên dưới để xác định một doanh nhân thể hiện rõ các chủ đề mà bạn đã học và đã thành công khi hiện thực hóa định nghĩa về khởi nghiệp mà bạn đang xây dựng trong suốt Mô-đun này.

Hãy suy ngẫm về chủ đề mà bạn cảm thấy hấp dẫn nhất, cùng với bản định nghĩa nháp của bạn về khởi nghiệp. Sau đó, hãy suy nghĩ về cách mà chủ đề lần n định nghĩa đó đã góp phần tạo nên thành công của doanh nhân mà bạn chọn, cũng như cách bạn có thể vận dụng chính chủ đề và định nghĩa đó để tạo ra thành công của riêng mình trong 18 tháng tới với tư cách là một doanh nhân.

Các bước chính bạn cần thực hiện gồm:

1. Tìm hiểu các tài liệu liên kết bên dưới
2. Xác định một doanh nhân trong số đó mà bạn ngưỡng mộ
3. Suy ngẫm về chủ đề khởi nghiệp (trong Bài 2) mà người đó đã áp dụng thành công.
4. Suy nghĩ về mối liên hệ giữa thành công của họ và bản định nghĩa nháp về khởi nghiệp của bạn (Liệu điều này có khiến định nghĩa của bạn thay đổi không? Hay củng cố nó thêm? Tại sao?)

5. hãy suy nghĩ về cách bạn có thể tạo ra thành công cho chính mình trong 18 tháng tới, dựa trên chủ đề khởi nghiệp mà bạn chọn cùng với định nghĩa cá nhân về khởi nghiệp của bạn.

Nguồn tài liệu:

- Đọc bài viết này về [9 doanh nhân kể câu chuyện về việc chuyển hướng 180 độ để bắt đầu sự nghiệp mới](#)
- Đọc bài viết này về [30 doanh nhân đang thay đổi thế giới](#)
- Đọc bài viết này về [Top 20 doanh nhân nổi tiếng nhất thế giới](#)
- Xem video này về [50 doanh nhân chia sẻ lời khuyên vô giá](#)

Hoạt động 1.1.2: Ghi chép

Xem ghi chú trên trang chủ về tài nguyên viết phản ánh

Rất thường xuyên khi chúng ta học, đặc biệt là trong môi trường giáo dục chính thức, chúng ta hoàn thành tài liệu rất nhanh, và thường không nhớ được một nửa những gì đã được đề cập! Việc ghi chép có thể là một cách học rất hiệu quả vì nó khiến chúng ta dừng lại và suy ngẫm không chỉ về những gì chúng ta đã học mà còn về ý nghĩa của nó đối với bản thân mình. Ghi chép là một cách tạo ra ý nghĩa từ tài liệu theo cách cá nhân và mạnh mẽ.

Đây là lúc để bạn suy ngẫm về trải nghiệm học tập trong Mô-đun 1. Một phần quan trọng trong việc trở thành một doanh nhân là khả năng tự suy ngẫm và nhận thức bản thân. Bài ghi chép này sẽ tập trung vào trải nghiệm học tập mà bạn đã có cho đến nay. Hãy xác định những điểm mạnh trong học tập của bạn, và những gì bạn cảm thấy dễ dàng tiếp thu khi tham gia vào Mô-đun đầu tiên của khóa học. Đồng thời, hãy xác định những lĩnh vực mà bạn muốn củng cố và cải thiện từ góc độ học tập. Ghi nhớ rằng mục tiêu của bài ghi là giúp bạn hiểu rõ hơn bản thân với tư cách là người học, điều này rất quan trọng không chỉ đối với khóa học này mà còn với cả quá trình học tập sau này của bạn. Bài ghi của bạn chỉ nên dài khoảng 300 đến 500 từ hoặc là một video dài khoảng 5 phút.

Sử dụng trải nghiệm cá nhân của bạn và tài liệu trong khóa học, hãy suy ngẫm trong báo cáo (blog, vlog, v.v.) về tất cả các gợi ý sau trong Mô-đun này:

- Các khái niệm cốt lõi bạn đã học giúp bạn hiểu rõ hơn về khởi nghiệp
- Các khái niệm bạn cảm thấy dễ hiểu và lý do tại sao
 - + Nếu bạn không thấy khái niệm nào dễ hiểu, hãy suy ngẫm về lý do tại sao điều này xảy ra
- Các khái niệm bạn cảm thấy khó hiểu và lý do tại sao
 - + Nếu bạn không thấy khái niệm nào khó hiểu, hãy suy ngẫm về lý do tại sao điều này xảy ra

Tiếp theo, hãy tạo một bản nháp định nghĩa về khởi nghiệp (nên gói gọn trong một hoặc hai câu).

Tài liệu tham khảo

Blackburn, R. (2011). Foreword. In L. P. Dana (Ed.), *World Encyclopedia of Entrepreneurship*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.

Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing* *Journal of Business Venturing*, 5(1), 15-28.

Lichtenstein, B. B. (2011). Complexity science contributions to the field of entrepreneurship. In P. Allen, S. Maguire, & B. McKelvey (Eds.), *The Sage handbook of complexity and management* (pp. 471-493). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

2. Vai trò của Doanh nhân trong Xã hội Ngày nay

Tóm tắt nhiệm vụ:

- Hoạt động 1.2.1: Khởi dậy động lực cho Doanh nhân
- Bài 1.2.1: Các Tình huống Khởi nghiệp
- Hoạt động 1.2.2: Đọc, Xem, Nghe – Suy ngẫm
- Hoạt động 1.2.3: Viết báo cáo

Mục tiêu học tập:

- Suy ngẫm về vai trò của doanh nhân trong xã hội ngày nay
- Xem xét cách vai trò của doanh nhân ảnh hưởng đến định nghĩa về khởi nghiệp
- Nghiên cứu tác động của sự thành công trong khởi nghiệp
- Phân tích một tình huống khởi nghiệp

Bây giờ khi bạn đã có nền tảng hiểu biết về khởi nghiệp, hãy cùng tìm hiểu về các vai trò khác nhau của doanh nhân. Khi bạn nghĩ đến định nghĩa mà bạn đã phát triển ở cuối Mô-đun trước, những doanh nhân nào xuất hiện trong tâm trí bạn?? Họ là ai và họ đã có ảnh hưởng như thế nào đến ngành công nghiệp hoặc môi trường địa phương của họ?

Hoạt động 1.2.1

Trước khi tiếp tục làm việc với phần còn lại của Mô-đun này, hãy đọc các tài liệu dưới đây (hoặc tự thực hiện nghiên cứu của bạn) để tìm một doanh nhân khác với người bạn đã thảo luận trong Hoạt động 1.1 mà truyền cảm hứng cho bạn, và cân nhắc các câu hỏi sau:

Đọc:

- 9 doanh nhân kể câu chuyện về việc chuyển hướng 180 độ để bắt đầu sự nghiệp mới
- 30 doanh nhân đang thay đổi thế giới
- Top 20 doanh nhân nổi tiếng nhất thế giới

Câu hỏi:

- Điều gì khiến họ trở thành một doanh nhân?
- Tại sao họ truyền cảm hứng cho bạn?
- Họ phù hợp với định nghĩa về khởi nghiệp mà bạn đã xây dựng ở Mô-đun trước đến mức nào?

- Ví dụ này có khiến bạn muốn thay đổi định nghĩa về khởi nghiệp của mình không? Nếu có, vì sao? Hãy chỉnh sửa định nghĩa viết của bạn nếu việc cập nhật là hợp lý.

Bài 1.2.1: Các Tình huống Khởi nghiệp

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Role Entrepreneurs have in Today's Society – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Trong video này, chúng ta sẽ xem xét một tình huống khởi nghiệp để bắt đầu với tư duy giải quyết vấn đề theo hướng khởi nghiệp. Hãy cân nhắc tình huống sau: Bạn muốn dành mùa hè của mình ở bãi biển. Bạn và bạn bè đều đang dành thời gian ở đó, có thể bạn đang làm việc tại một quầy bán kem hoặc công việc tương tự, và trong giờ nghỉ bạn thường ra biển tắm. Tuy nhiên, để đi từ quầy kem ra đến biển, cát nóng đến mức khiến chân bạn và bạn bè đều bị bỏng rất . . . Vậy theo bạn, cơ hội nào có thể nảy sinh từ tình huống này? Có điều gì mà bạn có thể tạo ra để mang lại giá trị cho bản thân và cho người khác không? (Lưu ý: đừng nhìn xuống phần trả lời cho đến khi bạn đã đưa ra câu trả lời của riêng mình!).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Role Entrepreneurs have in Today's Society – Introduction to Entrepreneurship](#)

Thật tuyệt vời! Việc phát triển dép xăng đan là một cơ hội tuyệt vời để tạo ra giá trị cho chính bạn và cả những người khác. Vậy nếu bạn đã quyết định làm điều đó, bạn cần thực hiện những bước nào? Bạn cần những nguồn lực gì để biến ý tưởng thành hiện thực? Và khi sản phẩm đã ra đời, làm sao để duy trì và phát triển nó?

Hãy cùng xem xét ví dụ về hai doanh nhân “kinh điển” (tức là khởi nghiệp bằng việc mở một doanh nghiệp) và tác động của họ đến thế giới xung quanh:

Hai anh em Fernando và Santiago Aguerre đã thể hiện tố chất khởi nghiệp từ khi còn nhỏ. Khi mới 8 và 9 tuổi, họ đã bán dâu và củ cải từ một khu đất trống gần nhà ở Plata del Mar, vùng duyên hải Đại Tây Dương của Argentina. Khi lên 11 và 12 tuổi, họ cung cấp dịch vụ sửa chữa ván lướt sóng tại garage của gia đình. Đến tuổi thiếu niên, Fer và Santi (tên thân mật của họ) đã mở cửa hàng ván lướt sóng đầu tiên tại Argentina – và điều này dẫn đến dự án khởi nghiệp tham vọng nhất của họ.

Vì cả hai anh em đều bị bết bàn chân, nên họ cảm thấy việc đi dép xỏ ngón trên cát nóng rất khó chịu. Năm 1984, họ quyết định đầu tư 4.000 đô la tiền tiết kiệm vào việc sản xuất dòng dép đi biển của riêng mình. Hiện nay, với các sản phẩm dép và giày dép cho nam, nữ và trẻ em, cùng với quần áo nam, thương hiệu Reef sandals đã trở thành dòng dép đi biển bán chạy nhất thế giới, có mặt tại hầu hết các cửa hàng ván lướt sóng ở Mỹ.

Hai anh em nhà Aguirre, hiện sống cách nhau hai dãy nhà ở La Jolla, California, đã bán thương hiệu Reef cho tập đoàn VF Corporation với giá hơn 100 triệu đô la vào

năm 2005. Khi bán Reef, Fernando chia sẻ: “Cuối cùng thì chúng tôi đã tìm thấy sự tự do của mình.” Santiago bổ sung: “Chúng tôi đã đánh đổi tiền bạc để lấy thời gian. Fernando vẫn tích cực tham gia vào các tổ chức lướt sóng, hiện giữ chức Chủ tịch Hiệp hội Lướt sóng Quốc tế (International Surfing Association). Ông được biết đến với biệt danh “Đại sứ của làn sóng” nhờ những nỗ lực vận động thành công để toàn bộ 90 thành viên của Ủy ban Olympic Quốc tế đồng thuận đưa bộ môn lướt sóng vào Thế vận hội Olympic 2020.

Như bạn có thể thấy, tác động của những doanh nhân này và nhiều người khác vượt xa các sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ bán – các doanh nhân tạo ra những ảnh hưởng về kinh tế, xã hội và môi trường, và những ảnh hưởng đó thay đổi, phát triển theo sự thay đổi và phát triển của xã hội.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Role Entrepreneurs have in Today's Society – Introduction to Entrepreneurship](#)

Hoạt động 1.2.2: Đọc, Xem, Nghe – Suy ngẫm

Giờ là thời điểm để bạn dành thời gian kết nối những khái niệm đã học trong Mô-đun 1 & 2 với các tài nguyên về tinh thần khởi nghiệp được cung cấp bên dưới, tất cả nhằm mục đích giúp bạn phát triển định nghĩa cá nhân của mình về tinh thần khởi nghiệp vào cuối Bài 1. Hãy chú ý đến những khái niệm khiến bạn cảm thấy đồng cảm hoặc đặc biệt quan trọng. Hãy nhớ rằng, ở cuối Bài 1, bạn sẽ xây dựng một trong các sản phẩm sau: một tài liệu 250 từ, một biểu đồ thông tin, hoặc một bài thuyết trình dài từ hai đến ba phút về định nghĩa cá nhân của bạn về tinh thần khởi nghiệp.

Các bước chính bao gồm:

1. Nghiên cứu các liên kết được cung cấp bên dưới
2. Xác định những khái niệm khiến bạn cảm thấy quan trọng và truyền cảm hứng
3. Suy ngẫm vì sao những khái niệm đó lại quan trọng và truyền cảm hứng đối với bạn
4. Suy ngẫm về cách những khái niệm đó liên quan đến bản định nghĩa sơ khởi của bạn về tinh thần khởi nghiệp (liệu có thay đổi không? hay củng cố? vì sao?)
5. Suy ngẫm về cách bạn có thể áp dụng những khái niệm này để tạo ra thành công khởi nghiệp của riêng bạn trong 18 tháng tới

Nguồn:

- Đọc bài báo này về [Khởi nghiệp Từ Cơ Sở](#)
- Xem video này về [Cách Để Trở Thành Một Doanh Nhân](#)
- Xem video này về [Tác Động Của Khởi Nghiệp](#)
- Xem video này về [50 Doanh Nhân Chia Sẻ Lời Khuyên Quý Giá](#)

Hoạt động 1.2.3: Viết báo cáo

Như một lời nhắc nhở, việc viết báo cáo có thể là một cách học hiệu quả vì nó khiến chúng ta dừng lại và suy ngẫm không chỉ về những gì chúng ta đã học mà còn về ý nghĩa của chúng đối với bản thân. Việc viết báo cáo giúp tạo ra ý nghĩa từ tài liệu một cách cá nhân và mạnh mẽ.

Đã đến lúc để bạn suy ngẫm về trải nghiệm học tập của mình trong Mô đun 2. Là một doanh nhân, bạn cần có khả năng tự phản ánh và nhận thức rõ bản thân.. Bài ghi chép này tập trung vào trải nghiệm học tập của bạn cho đến nay. Hãy xác định điểm mạnh trong việc học của bạn và những gì bạn đã tiếp thu dễ dàng khi làm qua mô đun đầu tiên của khóa học. Ngoài ra, hãy xác định những lĩnh vực mà bạn muốn cải thiện và phát triển thêm từ góc độ học tập. Hãy nhớ rằng bài viết này không nói về nội dung bạn đã học, mà là cách bạn đã học và trải nghiệm học tập. Điều này nhằm giúp bạn hiểu rõ hơn về bản thân như một người học, điều này rất quan trọng không chỉ trong khóa học này mà còn trong cả quá trình học tập của bạn sau này. Bản ghi chép của bạn nên có từ 300 đến 500 từ viết hoặc một video dài khoảng 5 phút.

Dựa trên kinh nghiệm cá nhân của bạn và tài liệu khóa học, hãy phân tích sâu hơn vào câu chuyện cá nhân của bạn như một nhà khởi nghiệp hiện tại hoặc tiềm năng trong quá trình học và suy ngẫm trong ghi chép của bạn (blog, vlog, v.v.) về tất cả các gợi ý sau trong module này:

1. Các khái niệm chính bạn đã học giúp bạn hiểu rõ hơn về khởi nghiệp
2. Các khái niệm dễ hiểu và lý do tại sao
 - 2.1. Nếu không có khái niệm nào dễ hiểu, hãy suy ngẫm về lý do tại sao lại như vậy
3. Các khái niệm khó hiểu và lý do tại sao
 - 3.1. Nếu không có khái niệm nào khó hiểu, hãy suy ngẫm về lý do tại sao lại như vậy

Tài liệu tham khảo

Entrepreneur. (n.d.). Merriam-Webster.com. Retrieved from <http://www.merriam-webster.com/dictionary/entrepreneur>

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). Essentials of entrepreneurship and small business management. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

3. Các loại hình khởi nghiệp

Tóm tắt Nhiệm vụ:

- Bài 1.3.1: Khởi nghiệp nội bộ
- Bài 1.3.2: Khởi nghiệp xã hội
- Bài 1.3.3: Khởi nghiệp bản địa
- Bài 1.3.4: Doanh nghiệp dựa vào cộng đồng và Khởi nghiệp dựa vào cộng đồng
- Bài 1.3.5: Doanh nghiệp gia đình
- Hoạt động 1.3.1: Đọc/Xem/Nghe – Suy ngẫm
- Hoạt động 1.3.2: Suy ngẫm
- Bài tập của Chương 1

Kết quả học tập:

- Nhận biết được các loại hình khởi nghiệp khác nhau
- Suy ngẫm về tác động của các loại hình khởi nghiệp đến định nghĩa khởi nghiệp
- Đánh giá mức độ phù hợp của các loại hình khởi nghiệp

Như bạn đã thấy trong hai Mô-đun trước, các doanh nhân đóng vai trò quan trọng trong xã hội, và tác động của họ không chỉ giới hạn ở lĩnh vực kinh tế. Trước khi đi vào các loại hình khởi nghiệp cụ thể, chúng ta hãy cùng xem xét bốn cách tiếp cận tổng quát mà qua đó doanh nhân tạo ra sự thay đổi.

Bài 1.3.1: Khởi nghiệp nội bộ

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Như bạn có thể đã nhận thấy trong hai Mô-đun trước, đã có khá nhiều cuộc thảo luận và tranh luận xoay quanh phạm vi hoạt động của một doanh nhân – xét đến họ là ai và khởi nghiệp có thể tác động đến thế giới chúng ta đang sống như thế nào. Liệu doanh nhân chỉ đơn thuần là những người khởi nghiệp kinh doanh? Hay họ còn là những người tư duy sáng tạo và hành động thực tiễn? Mặc dù thuật ngữ “khởi nghiệp” ban đầu có thể được dùng để chỉ những người cố gắng đưa một sản phẩm hoặc dịch vụ ra thị trường – như trên chương trình Dragon’s Den – thì trong thế kỷ 21, khái niệm này đã được mở rộng đáng kể.

Theo Martiarena (2013), “việc công nhận các hoạt động khởi nghiệp nội bộ đã mở rộng khái niệm khởi nghiệp bằng cách đưa các hoạt động mang tính khởi nghiệp diễn ra trong các tổ chức đã được thành lập vào góc nhìn thông thường về khởi nghiệp như là việc tạo lập doanh nghiệp độc lập mới.” (tr. 27). Như vậy, khởi nghiệp nội bộ là một

hình thức khởi nghiệp diễn ra trong các tổ chức hiện có. Tuy nhiên, những người khởi nghiệp nội bộ thường được xem là “ít chấp nhận rủi ro hơn so với doanh nhân độc lập, có thu nhập thấp hơn, nhìn thấy ít cơ hội kinh doanh trong ngắn hạn hơn và không cho rằng họ có đủ kỹ năng để khởi nghiệp thành công.” (Martiarrena, 2013, tr. 33).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Merriam-Webster (n.d.) định nghĩa doanh nhân nội bộ là “một giám đốc điều hành trong công ty phát triển các doanh nghiệp mới bên trong chính công ty đó” (Intrapreneur, n.d.); tuy nhiên, một số người có thể cho rằng những nhân viên không giữ chức vụ điều hành cũng có thể được xem là doanh nhân nội bộ nếu họ thể hiện hành vi mang tính khởi nghiệp trong công ty mà họ đang làm việc.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Một ví dụ về doanh nhân nội bộ có thể là một nhân viên hoặc giám đốc trong một tổ chức, người nhận thấy một vấn đề trong tổ chức đó và biết rằng cần phải có sự thay đổi. Sau đó, họ sẽ xác định lý do của sự thay đổi và tạo ra cơ hội để sự thay đổi đó xảy ra, đồng thời theo dõi và thực hiện nó đến cùng.

Bài 1.3.2: Khởi nghiệp Xã hội

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Khởi nghiệp xã hội là việc áp dụng các nguyên tắc của khởi nghiệp để xây dựng các tổ chức nhằm giải quyết các vấn đề xã hội.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Martin và Osberg (2007) định nghĩa doanh nhân xã hội là một cá nhân hướng đến một trạng thái cân bằng ổn định nhưng bất lợi – vốn gây ra sự bỏ mặc, thiệt thòi hoặc đau khổ cho một bộ phận con người; người đó sử dụng nguồn cảm hứng, hành động trực tiếp, sự sáng tạo, lòng dũng cảm và ý chí kiên cường để can thiệp vào tình huống này; và hướng tới việc thiết lập một trạng thái cân bằng ổn định mới, mang lại lợi ích lâu dài cho nhóm đối tượng mục tiêu cũng như cho toàn xã hội. (tr. 39)

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Định nghĩa của Martin và Osberg (2007) bao gồm cả các tổ chức vì lợi nhuận và phi lợi nhuận được tạo ra bởi các doanh nhân xã hội, cũng như một số sáng kiến của chính phủ. Tuy nhiên, định nghĩa này loại trừ các tổ chức chỉ đơn thuần cung cấp dịch vụ xã hội và các nhóm được thành lập với mục đích hoạt động xã hội. Một định nghĩa mang tính lý tưởng về khởi nghiệp xã hội do Dees (2001) phát triển cũng mang tính tham khảo quan trọng, vì nó vừa ủng hộ định nghĩa của Martin và Osberg (2007), vừa bổ

sung một bộ tiêu chí để đánh giá xem một tổ chức có thể được xem là mang tính khởi nghiệp xã hội hay không.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Doanh nhân xã hội “sử dụng kỹ năng của mình không chỉ để tạo ra các doanh nghiệp có lợi nhuận mà còn để đạt được các mục tiêu xã hội và môi trường vì lợi ích chung” (Zimmerer & Scarborough, 2008, tr. 25). Họ là “những người khởi nghiệp để tạo ra các giải pháp đổi mới cho những vấn đề nan giải nhất của xã hội, và xem bản thân mình như những tác nhân thay đổi xã hội” (Scarborough, Wilson, & Zimmer, 2009, tr. 745).

Một ví dụ điển hình về khởi nghiệp xã hội là nhiều tổ chức thuộc diện B Corp. Các tổ chức B Corp không chỉ tồn tại để tạo ra lợi nhuận, mà còn nhằm tạo tác động tích cực đối với thế giới xung quanh. Bạn có thể tìm hiểu thêm về các tổ chức B Corp để hiểu rõ hơn về mô hình này.

Bài 1.3.3: Khởi nghiệp Bản địa

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Swanson và Zhang (2014) đã mô tả nhiều góc nhìn khác nhau về ý nghĩa của khởi nghiệp bản địa cũng như những tác động mà nó mang lại đối với sự phát triển xã hội và kinh tế của người bản địa. Khởi nghiệp bản địa có thể đơn giản là các hoạt động khởi nghiệp được thực hiện bởi người bản địa (Peredo & Anderson, 2006), nhưng cũng có thể chỉ những trường hợp phổ biến khi doanh nhân bản địa — đôi khi thông qua các doanh nghiệp dựa vào cộng đồng — khởi sự kinh doanh với mục đích chủ yếu là bảo tồn và phát huy văn hóa cũng như các giá trị của họ (Anderson, Dana, & Dana, 2006; Christie & Honig, 2006; Swanson & Zhang, 2011).

Dana và Anderson (2007) đã mở rộng quan điểm này khi họ mô tả khởi nghiệp bản địa như sau:

Có sự đa dạng phong phú giữa các cộng đồng bản địa, và một số giá trị văn hóa của họ thường không phù hợp với các giả định cơ bản của các lý thuyết kinh tế chính thống.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Khởi nghiệp bản địa thường bao gồm các yếu tố phi lợi nhuận. Nền kinh tế của một số cộng đồng bản địa thể hiện những đặc điểm như tính bình đẳng, sự chia sẻ và hoạt động mang tính cộng đồng. Khởi nghiệp bản địa thường có tính bền vững về môi trường; điều này cho phép người bản địa tận dụng các nguồn lực sẵn có tại chỗ và, do đó, công việc trong các cộng đồng bản địa thường không đều đặn. Tổ chức xã hội trong các cộng đồng bản địa thường dựa trên mối quan hệ huyết thống, chứ không nhất thiết được hình thành để đáp ứng nhu cầu của thị trường. (tr. 601)

Lindsay (2005) đã mô tả khởi nghiệp bản địa là một hiện tượng còn phức tạp hơn:

Các doanh nhân bản địa chịu những áp lực văn hóa đáng kể, và những áp lực này sẽ thể hiện trong hành vi khởi sự và phát triển doanh nghiệp, với sự tham gia của cộng đồng ở nhiều cấp độ khác nhau – nhằm hướng tới tự quyết, đồng thời lồng ghép các giá trị di sản văn hóa, trong đó giá trị văn hóa là một phần không thể tách rời của bản chất doanh nghiệp. Vì vậy, “đội ngũ” trong quá trình khởi nghiệp không chỉ bao gồm doanh nhân và nhóm kinh doanh, mà còn có thể bao gồm gia đình, đại gia đình và/hoặc cộng đồng của doanh nhân. Do đó, trong các doanh nghiệp bản địa, số lượng các bên liên quan thường nhiều hơn so với doanh nghiệp không thuộc cộng đồng bản địa. Chính vì điều này, doanh nghiệp bản địa có thể được xem là phức tạp hơn, và sự phức tạp đó cần được phản ánh trong cách định nghĩa khởi nghiệp từ góc nhìn bản địa. (tr. 2)

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Bài 1.3.4: Doanh nghiệp dựa vào cộng đồng và Khởi nghiệp dựa vào cộng đồng

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Peredo và Chrisman (2006) mô tả doanh nghiệp dựa vào cộng đồng (CBEs) là kết quả của “một quá trình trong đó cộng đồng hành động một cách có tính khởi nghiệp để tạo ra và vận hành một doanh nghiệp mới, được tích hợp vào cấu trúc xã hội hiện có của họ” (tr. 310). Các CBE xuất hiện khi một cộng đồng cùng hợp tác để “tạo ra hoặc nhận diện một cơ hội thị trường và tổ chức bản thân nhằm đáp ứng cơ hội đó” (tr. 315). Những doanh nghiệp này “được quản lý và điều hành nhằm theo đuổi các mục tiêu kinh tế và xã hội của cộng đồng, theo cách thức được thiết kế để tạo ra lợi ích bền vững cho cả cá nhân và tập thể, trong ngắn hạn lẫn dài hạn” (tr. 310).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Các doanh nghiệp dựa vào cộng đồng (CBEs) hoạt động trong một lĩnh vực nền kinh tế không bị chi phối bởi động cơ lợi nhuận, thường là vì không có nhiều lợi nhuận để khai thác, hoặc vì khu vực này không thuộc sự quản lý trực tiếp của chính phủ.

Xã hội hiện đại bao gồm ba khu vực riêng biệt nhưng có sự chồng lấn (Mook, Quarter, & Richmond, 2007; Quarter, Mook, & Armstrong, 2009; Quarter, Mook, & Ryan, 2010): Các doanh nghiệp hoạt động trong khu vực tư nhân chủ yếu nhằm tạo ra lợi nhuận cho chủ sở hữu bằng cách cung cấp hàng hóa và dịch vụ để đáp ứng nhu cầu thị trường. “Mặc dù khu vực này tạo ra việc làm, đổi mới sáng tạo và của cải nói chung, nhưng nó không phù hợp để giải quyết hầu hết các vấn đề xã hội vì thường không có lợi nhuận khi làm như vậy.” (Swanson & Zhang, 2012, tr. 177)

Khu vực công (public sector) tái phân phối nguồn tiền thu từ thuế để cung cấp hàng hóa công và đáp ứng các nhu cầu mà khu vực tư nhân không đáp ứng được. “Mặc dù

khu vực này cung cấp quốc phòng, an toàn công cộng, giáo dục và một loạt các nhu cầu công cộng và dịch vụ xã hội khác, nó có năng lực hạn chế trong việc nhận diện và giải quyết tất cả các nhu cầu xã hội” (Swanson & Zhang, 2012, tr. 177). Khu vực còn lại — được gọi bằng nhiều tên như: khu vực thứ ba (third sector), khu vực công dân (citizens’ sector), khu vực tình nguyện (voluntary sector), khu vực phi lợi nhuận (non-profit sector), và gần đây nhất theo Mintzberg là khu vực đa nguyên (plural sector) (Mintzberg, 2013; Mintzberg & Azevedo, 2012) — bao gồm những tổ chức cung cấp hàng hóa và dịch vụ mà hai khu vực còn lại không cung cấp, và những tổ chức này hoặc do các thành viên sở hữu (với khả năng rất hạn chế hoặc không có khả năng để cá nhân hay nhóm nhỏ nắm quyền kiểm soát tổ chức), hoặc không thuộc sở hữu của bất kỳ cá nhân, chính phủ, doanh nghiệp, tổ chức hay thực thể cụ thể nào cả.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Bài 1.3.5: Doanh nghiệp gia đình

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Chua, Chrisman và Steier (2003) đã chỉ ra rằng “các doanh nghiệp do gia đình sở hữu chiếm một tỷ lệ lớn trong các hoạt động kinh tế tại Hoa Kỳ và Canada.”

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Ngoài việc các doanh nghiệp gia đình chiếm một phần quan trọng trong nền kinh tế Canada và các nền kinh tế khác, những thực thể này có thể khác biệt so với các hình thức khởi nghiệp khác theo nhiều cách. Mặc dù cần thêm nhiều nghiên cứu để hiểu rõ hơn về những điểm khác biệt này, doanh nghiệp gia đình có thể được đặc trưng bởi những ảnh hưởng độc đáo mà các thành viên trong gia đình tác động đến cách vận hành doanh nghiệp, cũng như bởi những thách thức đặc thù mà họ phải đối mặt, khiến họ hành xử và hoạt động khác biệt so với các loại hình doanh nghiệp khác (Chua và cộng sự, 2003).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [3. Different types of Entrepreneurship](#)

Như bạn có thể thấy, tinh thần khởi nghiệp có thể thể hiện dưới nhiều hình thức, vượt xa việc chỉ thành lập một doanh nghiệp hay bán một sản phẩm. Khởi nghiệp là một cách tư duy sáng tạo và hành động để biến ý tưởng thành hiện thực!

Hoạt động 1.3.1: Đọc/Xem/Nghe – Suy ngẫm

Giờ là lúc để bạn ngồi lại và suy ngẫm về các loại hình khởi nghiệp mà bạn đã học ở phần nội dung phía trên, cũng như từ một số tài liệu bổ sung về khởi nghiệp được cung cấp bên dưới. Tương tự như các hoạt động Đọc/Xem/Nghe – Suy ngẫm ở Mô-đun 1 và 2, mục tiêu của hoạt động này là giúp bạn phát triển định nghĩa cá nhân về Khởi nghiệp (Entrepreneurship) vào cuối Mô-đun. Hãy chú ý đến loại hình khởi nghiệp nào

gây được sự đồng cảm với bạn và đặc biệt thu hút bạn. Hãy nhớ rằng, vào cuối Mô-đun này bạn sẽ xây dựng một tài liệu dài 250 từ, một đồ họa thông tin, hoặc một bài thuyết trình dài ba phút về định nghĩa cá nhân của bạn về Khởi nghiệp.

Các bước chính bao gồm:

1. Tìm hiểu các liên kết tài liệu được cung cấp bên dưới
2. Xác định loại hình khởi nghiệp gây được sự đồng cảm với bạn, khiến bạn cảm thấy hứng thú và truyền cảm hứng
3. Suy ngẫm lý do vì sao loại hình này lại thu hút và truyền cảm hứng cho bạn
4. Suy ngẫm về cách mà loại hình này liên quan đến định nghĩa khởi nghiệp do bạn tự xây dựng (nó có thay đổi định nghĩa đó không? có củng cố nó không? vì sao?)
5. Suy ngẫm xem bạn có thể áp dụng loại hình khởi nghiệp này để tạo ra thành công cho bản thân trong vòng 18 tháng tới

Nguồn:

- Đọc bài viết này về [Chín loại hình khởi nghiệp khác nhau](#)
- Đọc khảo sát này về [Doanh nghiệp gia đình](#)
- Xem video về [Những thói quen bất ngờ của những người có tư duy nguyên bản](#)
- Xem video về [Khởi nghiệp sinh thái địa phương](#)
- Xem video về [Cách các bác sĩ có thể giúp đỡ bệnh nhân thu nhập thấp \(và vẫn có thể kiếm tiền\)](#)

Hoạt động 1.3.2: Suy ngẫm

Xin nhắc lại rằng việc viết báo cáo có thể là một cách học rất hiệu quả, vì nó giúp chúng ta dừng lại và suy ngẫm không chỉ về những gì đã học mà còn về ý nghĩa của nó đối với bản thân. Việc ghi chép giúp tạo ra ý nghĩa từ nội dung học theo một cách cá nhân và sâu sắc. Chúng ta sẽ tiếp cận theo một cách hơi khác trong bài viết lần này, với trọng tâm là phát triển một kế hoạch hành động dựa trên hai bài viết trước đó. Trong báo cáo lần này, bạn sẽ xây dựng một kế hoạch hành động cho các thách thức học tập trước mắt, chẳng hạn như các bài tập trong Mô-đun này. Hãy nhớ lại rằng trong hai bài báo cáo trước, bạn đã suy ngẫm về những khía cạnh học tập cốt lõi (không phải nội dung) mà bạn cảm thấy khó khăn. Lần này, bạn sẽ xem xét lại điểm mạnh, điểm yếu và các bài học then chốt, từ đó xác định các bước cụ thể để chuẩn bị và hoàn thành nhiệm vụ sắp tới là xây dựng định nghĩa cá nhân về khởi nghiệp. Bài báo của bạn nên dài từ 300 đến 500 từ, hoặc là một video dài khoảng 5 phút.

Dựa trên hai bài ghi chép trước của bạn và trải nghiệm học tập trong Mô-đun 3, hãy suy ngẫm về các nội dung sau:

1. Những khái niệm dễ hiểu và lý do vì sao bạn thấy dễ hiểu
 - 1.1. Nếu không có khái niệm nào đặc biệt dễ hiểu, hãy suy ngẫm vì sao bạn thấy như vậy
2. Những khái niệm khó hiểu và lý do vì sao bạn thấy khó hiểu

- 2.1. Nếu không có khái niệm nào đặc biệt khó hiểu, hãy suy ngẫm vì sao lại như vậy
3. Xây dựng một kế hoạch cụ thể và có ý nghĩa, trong đó nêu rõ các hành động bạn cần thực hiện, cách bạn sẽ thực hiện chúng, và thời điểm bạn sẽ thực hiện, nhằm giải quyết bất kỳ thách thức hoặc điểm yếu nào trước khi bạn hoàn thành

Bài tập Học phần 1

Mục tiêu của bài tập này là kết nối tất cả những gì bạn đã học và tương tác trong ba Học phần vừa qua về khái niệm khởi nghiệp và lý do tại sao nó quan trọng. Bạn sẽ xây dựng định nghĩa cá nhân của mình về khởi nghiệp. Hãy nhớ rằng, bài tập này không nhằm tìm ra một "đáp án đúng", cũng không phải là việc trích lại định nghĩa do người khác đưa ra, mà là cơ hội để bạn phát triển định nghĩa riêng của bản thân. Bài nộp của bạn nên dài khoảng 250 từ, tương đương một trang đánh máy giãn dòng đôi. Ngoài ra, bạn cũng có thể thể hiện bài tập này dưới dạng hình ảnh hoặc bài thuyết trình dài từ 2 đến 3 phút. Nếu bạn đang học chính thức trong một khóa học và muốn chọn một cách tiếp cận khác để thực hiện bài tập này, hãy tham khảo ý kiến giảng viên để được xác nhận.

Tài liệu tham khảo

Anderson, R. B., Dana, L. P., & Dana, T. E. (2006). Indigenous land rights, entrepreneurship, and economic development in Canada: "Opting-in" to the global economy. *Journal of World Business*, 41(1), 45-55.

Christie, M. J., & Honig, B. (2006). Social entrepreneurship: New research findings. *Journal of World Business*, 41(1), 1-5

Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Steier, L. P. (2003). Extending the Theoretical Horizons of Family Business Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(4), 331-338. doi:doi:10.1111/1540-8520.00012

Dana, L. P., & Anderson, R. B. (2007). A multidisciplinary theory of entrepreneurship as a function of cultural perceptions of opportunity. In L. P. Dana & R. B. Anderson (Eds.), *International handbook of research on indigenous entrepreneurship* (pp. 595-603). Cheltenham: Edward Elgar.

Dees, J. G. (2001). The meaning of social entrepreneurship. Retrieved from http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf

Intrapreneur. (n.d.). Merriam-Webster.com. Retrieved from <http://www.merriam-webster.com/dictionary/intrapreneur>

Lindsay, N. J. (2005). Toward a cultural model of Indigenous entrepreneurial attitude. *Academy of Marketing Science Review*, 5, 1-17

Martin, R., L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 28-39

Martiarena, A. (2013). What's so entrepreneurial about intrapreneurs? *Small Business Economics*, 40(1), 27-39. doi:10.1007/s11187-011-9348-1

Mintzberg, H. (2013). *OvertureRebalancing society: Radical renewal beyond left, right, and center*. Montreal: mintzberg.org.

Mintzberg, H., & Azevedo, G. (2012). Fostering “Why not?” social initiatives — beyond business and governments. *Development in Practice*, 22(7), 895-908. doi:10.2307/41723150

Mook, L., Quarter, J., & Richmond, B. J. (2007). *What counts: social accounting for nonprofits and cooperatives* (2nd ed.). London: Sigel Press.

Peredo, A. M., & Anderson, R. B. (2006). Indigenous entrepreneurship research: Themes and variations. In C. Galbraith & C. H. Stiles (Eds.), *Developmental entrepreneurship: adversity, risk, and isolation* (pp. 253-273). Oxford: Elsevier JAI

Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309-328.

Quarter, J., Mook, L., & Armstrong, A. (2009). *Understanding the social economy: A Canadian perspective*. Toronto: University of Toronto Press.

Quarter, J., Mook, L., & Ryan, S. (2010). *Researching the social economy*. Toronto: University of Toronto Press.

Scarborough, N. M., Wilson, D. L., & Zimmer, T. W. (2009). *Effective small business management: An entrepreneurial approach* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall

Swanson, L. A., & Zhang, D. D. (2011). Complexity theory and the social entrepreneurship zone. *Emergence: Complexity and Organization*, 13(3), 39-56.

Swanson, L. A., & Zhang, D. D. (2012). Social entrepreneurship. In T. Burger-Helmchen (Ed.), *Entrepreneurship – gender, geographies, and social context* (pp. 171-190). Strasbourg, France: InTech.

Swanson, L. A., & Zhang, D. D. (2014). The base requirements, community, and regional levels of northern development. *Northern Review*, 38, 199-222.

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Học phần 2: Những đặc điểm của doanh nhân

Giới thiệu về học phần 2

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Unit 2: Entrepreneurial Characteristics – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Không phải ai cũng muốn trở thành doanh nhân, và cũng không phải doanh nhân nào cũng thành công trong các dự án của mình... Tại sao lại như vậy? Đây là câu hỏi đã làm cả các nhà học thuật, nhà lý thuyết lẫn các doanh nhân đau đầu trong nhiều thập kỷ qua. May mắn thay, đã có rất nhiều nghiên cứu được thực hiện nhằm hiểu rõ yếu tố quyết định này, và chúng ta sẽ cùng khám phá nó trong các Học phần tiếp theo. Trong học phần này, chúng ta sẽ xem xét những yếu tố làm cho doanh nhân thành công trở nên khác biệt so với những người kém thành công hơn. Điều thú vị là, yếu tố đó có thể không phải như bạn nghĩ, và thực tế nó còn nằm phần nào trong tầm kiểm soát của chúng ta... Câu chuyện sẽ còn tiếp tục trong phần sau.

Vào cuối học phần này, bạn sẽ hoàn thành những nội dung sau:

Mục tiêu học tập

- Tự đánh giá về các kỹ năng và năng lực của doanh nhân
- Phân tích những yếu tố dẫn đến thành công trong khởi nghiệp
- Thảo luận về vai trò của sự sáng tạo và đổi mới trong khởi nghiệp

4. Đặc điểm, Kỹ năng và Năng lực của Doanh nhân

Tóm tắt Nhiệm vụ:

- Bài 2.1.1: Tính độc nhất của doanh nhân
- Bài 2.1.2: Các đặc điểm tính cách của doanh nhân
- Bài 2.1.3: Vượt trên các đặc điểm về tính cách, kỹ năng và năng lực
- Hoạt động 2.1.1: Đọc/Xem/Nhìn
- Hoạt động 2.1.2: Viết báo cáo

Kết quả học tập:

- Nhận định về tính độc nhất của doanh nhân
- Đánh giá giá trị của việc phân tích các đặc điểm doanh nhân
- Xem xét tầm quan trọng của việc phân tích kỹ năng và năng lực doanh nhân
- Khẳng định tầm quan trọng của sự kiên trì

Bài 2.1.1: Tính độc nhất của doanh nhân

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Entrepreneurial Traits, Skills and Abilities – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Vậy điều gì khiến cho một doanh nhân trở nên khác biệt so với người không muốn trở thành doanh nhân, xét từ góc độ sở thích và năng lực? Điều gì khiến những cá nhân này luôn nổi bật? Liệu bản thân bạn có những tố chất cần thiết để trở thành một doanh nhân? Việc có một ý tưởng tuyệt vời là chưa đủ. Một doanh nhân phải có khả năng phát triển và quản lý công ty để hiện thực hóa ý tưởng của mình. Trở thành doanh nhân đòi hỏi động lực đặc biệt, sự kiên trì, niềm đam mê, và tinh thần mạo hiểm, bên cạnh năng lực quản lý và kỹ thuật.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Entrepreneurial Traits, Skills and Abilities – Introduction to Entrepreneurship](#)

Doanh nhân chính là hiện thân của công ty; họ thường làm việc nhiều giờ hơn, ít khi nghỉ phép, và không thể gác lại những vấn đề công việc ở văn phòng vào cuối ngày. Họ còn có những đặc điểm chung khác – nhưng những đặc điểm đó là gì?

Trong lịch sử, các mô tả về sự độc nhất của doanh nhân thường dựa trên các đặc điểm về tính cách, hành vi và nhận thức (Chell, 2008; Duening, 2010).

- Đặc điểm tính cách của doanh nhân thường được nhắc đến là:

- + Mong muốn đạt thành tích
- + Điểm kiểm soát tâm lý (niềm tin rằng cá nhân có thể kiểm soát vận mệnh của chính mình)
- + Xu hướng chấp nhận rủi ro

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Entrepreneurial Traits, Skills and Abilities – Introduction to Entrepreneurship](#)

Các nghiên cứu trước đây về đặc điểm tính cách và xu hướng hành vi đã không thực sự thành công trong việc xác định sự độc nhất của doanh nhân. Trên thực tế, nhiều năm nghiên cứu công phu theo hướng này đã không mang lại kết quả đáng kể. Có vẻ như không có bất kỳ đặc điểm tính cách nào là thiết yếu hoặc mang tính định nghĩa rõ ràng cho doanh nhân mà lại khác biệt một cách có hệ thống so với những người không phải là doanh nhân... Một lần nữa, các nhà nghiên cứu đã đưa ra một số hành vi điển hình được cho là biểu trưng của doanh nhân. Tuy nhiên, hướng nghiên cứu này cũng rơi vào bế tắc vì các ví dụ về hành vi doanh nhân thành công cũng có thể tìm thấy ở các nhóm mẫu không phải doanh nhân. Giống như trường phái lý thuyết đặc điểm tính cách trước đó, trường phái đặc điểm hành vi ngày càng khó được ủng hộ (Duening, 2010, tr. 4-5).

Điều này đã làm dấy lên sự nghi ngờ về giá trị của việc cố gắng thay đổi các đặc điểm tính cách hoặc cấy ghép những hành vi mang tính doanh nhân mới thông qua các chương trình giáo dục nhằm thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp. Tuy nhiên, những nghiên cứu mới đã làm sống lại ý tưởng rằng có thể vẫn có giá trị trong việc xem xét lại các đặc điểm tính cách như một chủ đề nghiên cứu. Bên cạnh đó, Duening (2010) đã gợi ý rằng một cách tiếp cận quan trọng trong việc giảng dạy và học tập về tinh thần khởi nghiệp là tập trung vào “các kỹ năng nhận thức mà những doanh nhân thành công dường như sở hữu và triển khai một cách độc đáo” (tr. 2).

Bài 2.1.2: Các đặc điểm tính cách của doanh nhân

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Entrepreneurial Traits, Skills and Abilities – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Mặc dù thừa nhận rằng các nghiên cứu trước đó vẫn chưa chứng minh được giá trị của việc xem xét các đặc điểm tính cách và hành vi như một cách để phân biệt doanh nhân với người không phải doanh nhân hoặc với những người kém thành công, Chell (2008) đã đề xuất rằng các nhà nghiên cứu nên chuyển hướng chú ý sang một nhóm đặc điểm mới, bao gồm: “tính cách chủ động, sự tự tin vào năng lực khởi nghiệp (entrepreneurial self-efficacy), sự kiên trì, và khả năng ra quyết định mang tính trực giác. Các đặc điểm khác cần được nghiên cứu chuyên sâu bao gồm năng lực xã hội và nhu cầu độc lập” (tr. 140).

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Entrepreneurial Traits, Skills and Abilities – Introduction to Entrepreneurship](#)

Trong những năm gần đây, các học giả đã xem xét cách mà Năm đặc điểm tính cách lớn (Big Five) – bao gồm hướng ngoại (extraversion), dễ gần gũi (agreeableness), tận tâm (conscientiousness), thần kinh (neuroticism, đôi khi được gọi là sự ổn định cảm xúc), và cởi mở với trải nghiệm (openness to experience, đôi khi gọi là trí tuệ) – có thể được sử dụng để hiểu rõ hơn về các doanh nhân. Có vẻ như Năm đặc điểm lớn này có thể hữu ích trong việc dự đoán sự thành công trong khởi nghiệp. Nghiên cứu vẫn đang tiếp diễn, nhưng trong một ví dụ, Caliendo, Fossen và Kritikos (2014) đã nghiên cứu xem liệu các cấu trúc tính cách có thể “ảnh hưởng đến các quyết định khởi nghiệp tại các thời điểm khác nhau” (tr. 807) hay không, và họ phát hiện ra rằng “giá trị cao ở ba yếu tố trong mô hình Big Five – cởi mở với trải nghiệm, hướng ngoại, và sự ổn định cảm xúc (chỉ khi không kiểm soát các đặc điểm tính cách khác) – làm tăng khả năng tự làm chủ” (tr. 807). Họ cũng phát hiện ra “một số đặc điểm tính cách cụ thể, như sự chịu đựng rủi ro, locus of control, và sự tin tưởng, có ảnh hưởng đáng kể đến quyết định bắt đầu tự kinh doanh” (tr. 807). Họ còn thấy rằng những người có điểm đồng thuận (agreeableness) cao có xu hướng rời bỏ doanh nghiệp của mình nhiều hơn, có thể nghĩa là những người có điểm đồng thuận thấp có thể bền bỉ hơn với vai trò doanh nhân. Về các đặc điểm tính cách cụ thể, kết luận của họ cho thấy những người có điểm kiểm soát tâm lý (locus of control) bên ngoài có xu hướng ngừng tự kinh doanh sau một thời gian điều hành doanh nghiệp.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Entrepreneurial Traits, Skills and Abilities – Introduction to Entrepreneurship](#)

Nghiên cứu như thế này có một số hàm ý quan trọng, bao gồm khả năng hiểu rõ hơn tại sao một số doanh nhân hành xử như họ làm dựa trên loại tính cách của họ, cũng như cơ hội để cải thiện giáo dục khởi nghiệp và các dịch vụ hỗ trợ.

Bài 2.1.3: Vượt trên các đặc điểm về Tính cách, Kỹ năng và Năng lực

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Entrepreneurial Traits, Skills and Abilities – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Một người có đầy đủ các đặc điểm tính cách của một doanh nhân vẫn có thể thiếu các kỹ năng kinh doanh cần thiết để điều hành một công ty thành công. Doanh nhân cần có kiến thức chuyên môn để thực hiện ý tưởng của mình và khả năng quản lý để tổ chức công ty, xây dựng chiến lược vận hành, huy động vốn và giám sát các hoạt động hằng ngày. Bên cạnh kiến thức kinh doanh cơ bản, kỹ năng giao tiếp và đối nhân xử thế tốt cũng rất quan trọng khi làm việc với nhân viên, khách hàng và các đối tác kinh doanh như ngân hàng, kế toán và luật sư. Và cuối cùng là sự kiên trì.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Entrepreneurial Traits, Skills and Abilities – Introduction to Entrepreneurship](#)

Khi Jim Steiner bắt đầu công việc tái chế hộp mực máy in với doanh nghiệp Quality Imaging Products, khoản đầu tư ban đầu của ông chỉ vốn vụn với 400 đô la. Ông đã chỉ

200 đô la thuê một chuyên gia tư vấn để học nghề và 200 đô la còn lại để mua vật liệu tái chế những hộp mực đầu tiên. Ông thực hiện các cuộc gọi chào hàng từ 8 giờ sáng đến trưa và giao hàng cho khách từ trưa đến 5 giờ chiều. Sau bữa tối vội vàng, ông lại di chuyển sang làm việc trong gara, nơi ông đổ mực vào các hộp mực máy photocopy cho đến nửa đêm, khi ông mệt lả và lên giường ngủ, đôi khi còn bị phủ đầy bụi carbon. Và đây không phải là điều ông chỉ làm trong vài tuần để khởi động công việc kinh doanh—đó là cuộc sống thường nhật của ông kéo dài trong suốt 18 tháng (McFarland, 2005). Câu chuyện ngắn này là một ví dụ tuyệt vời cho thấy sự kiên trì là yếu tố then chốt dẫn đến thành công trong khởi nghiệp.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Entrepreneurial Traits, Skills and Abilities – Introduction to Entrepreneurship](#)

Hoạt động 2.1.1: Đọc/Xem/Nghe

Trong Học phần 3, chúng ta sẽ bắt đầu bước vào quy trình khởi nghiệp. Để chuẩn bị cho phần này và tiếp tục rèn luyện kỹ năng tìm kiếm tài nguyên và đổi mới sáng tạo trong khởi nghiệp, nhiệm vụ của bạn là tìm kiếm trong các nguồn tài liệu được liên kết bên dưới để xác định một doanh nhân thể hiện rõ những đặc điểm mà bạn đã học và đã thành công khi sống theo định nghĩa về khởi nghiệp mà bạn đã bắt đầu xây dựng trong học phần này.

Hãy suy ngẫm về những đặc điểm mà bạn cảm thấy hấp dẫn nhất, và suy nghĩ về cách các đặc điểm này, cùng với định nghĩa về khởi nghiệp của bạn từ Học phần 1, đã giúp cá nhân đó đạt được thành công. Đồng thời, hãy suy nghĩ về cách bạn có thể phát triển những đặc điểm này để tạo dựng thành công cho riêng mình trong 18 tháng tới.

Các bước chính bao gồm:

1. Nghiên cứu các đường liên kết bên dưới.
2. Xác định một doanh nhân từ các nguồn tài liệu đó mà bạn ngưỡng mộ.
3. Đánh giá về chủ đề khởi nghiệp từ Bài 2 mà họ đã đạt được thành công.
4. Tự nhìn nhận về cách thành công của họ liên hệ với bản dự thảo định nghĩa về khởi nghiệp của bạn (nó có thay đổi định nghĩa đó không? củng cố nó? và tại sao?).
5. Nhận định về cách bạn có thể tạo dựng thành công cho chính mình bằng cách sử dụng chủ đề và định nghĩa về khởi nghiệp của bạn trong 18 tháng tới.

Nguồn:

- Đọc bài viết này về [Kỹ năng khởi nghiệp](#)
- Đọc bài viết này về [Những người tư duy theo hướng khởi nghiệp](#)
- Đọc bài viết này về [Đặc điểm của doanh nhân](#)

Hoạt động 2.1.2: Viết báo cáo

Như một lời nhắc nhở, việc viết báo cáo có thể là một cách học tập vô cùng hiệu quả vì nó giúp chúng ta tạm dừng lại và suy ngẫm không chỉ về những gì đã học mà còn về ý nghĩa của chúng đối với bản thân. Viết báo cáo giúp tạo ra ý nghĩa từ tài liệu học theo cách mang tính cá nhân và sâu sắc.

Đã đến lúc để phản ánh về trải nghiệm học tập của bạn trong Học phần 2, Mô-đun 1. Một phần của việc trở thành doanh nhân là cần có khả năng tự phản ánh và tự nhận thức đáng kể. Bài báo cáo này tập trung hướng đến trải nghiệm học tập mà bạn đã có được cho đến thời điểm này. Hãy xác định điểm mạnh trong việc học của bạn, những điều dễ dàng với bạn khi bạn đã trải qua mô đun đầu tiên của khóa học. Đồng thời, hãy xác định những lĩnh vực mà bạn muốn cải thiện và phát triển hơn từ góc độ học tập. Hãy nhớ rằng bài báo cáo này không phải về nội dung bạn đã học mà là về cách bạn học. Mục đích là giúp bạn hiểu rõ hơn về bản thân với tư cách là người học, điều này rất quan trọng không chỉ trong khóa học này mà còn trong suốt quá trình học tập của bạn sau này. Bài báo cáo của bạn có thể là văn bản từ 150 đến 300 từ hoặc một video khoảng 4 phút.

Dựa trên kinh nghiệm cá nhân của bạn và tài liệu khóa học, hãy viết bài phản ánh trong báo cáo (blog, vlog, v.v.) về tất cả các câu hỏi sau cho Học phần này:

- Các khái niệm chính bạn đã học giúp bạn hiểu rõ hơn về tinh thần khởi nghiệp
- Những khái niệm dễ hiểu và lý do tại sao
 - + Nếu không có khái niệm nào đặc biệt dễ hiểu, hãy suy ngẫm về lý do tại sao như vậy
- Những khái niệm khó hiểu và lý do tại sao
 - + Nếu không có khái niệm nào đặc biệt khó hiểu, hãy suy ngẫm về lý do tại sao như vậy

Tiếp theo, ghi lại những đặc điểm chính của những doanh nhân thành công (hãy cố gắng viết trong một hoặc hai câu).

Tài liệu tham khảo

Caliendo, M., Fossen, F., & Kritikos, A. S. (2014). Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed. *Small Business Economics*, 42(4), 787-814. doi:10.1007/s11187-013-9514-8

Chell, E. (2008). *The entrepreneurial personality: A social construction* (2nd ed.). New York: Routledge.

Duening, T. N. (2010). Five minds for the entrepreneurial future: Cognitive skills as the intellectual foundation for next generation entrepreneurship curricula. *Journal of Entrepreneurship*, 19(1), 1-22. doi:10.1177/097135570901900101

McFarland, K., (2005, October 19). “What Makes Them Tick,” Inc. 500.
Retrieved from: <http://www.inc.com>.

5. Tư duy Khởi nghiệp

Tóm tắt nhiệm vụ:

- Bài 2.2.1: Nhận thức khởi nghiệp
- Bài 2.2.2: Cơ sở của nhận thức khởi nghiệp
- Hoạt động 2.2.1: Đọc/Xem/Nghe – Suy ngẫm
- Hoạt động 2.2.2: Viết báo cáo

Mục tiêu học tập:

- Khám phá tầm quan trọng của nhận thức khởi nghiệp
- Đánh giá liệu nhận thức khởi nghiệp có phải là đặc điểm để nhận biết của các doanh nhân thành công hay không
- Cân nhắc các khái niệm nhận thức nào mang lại cái nhìn sâu sắc nhất để hiểu về doanh nhân

Bài 2.2.1: Nhận thức Khởi nghiệp

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Entrepreneurial Mindset – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Dù tinh thần khởi nghiệp rất tuyệt vời, nhưng không phải ai cũng muốn trở thành doanh nhân. Điều này có thể bắt nguồn từ những quan niệm sai lệch và hạn chế về hình ảnh của một doanh nhân, hoặc do việc bắt đầu điều gì đó mới mẻ khiến một số người cảm thấy choáng ngợp. Với những ai chọn dấn thân vào những hành trình mới nhằm thúc đẩy sự thay đổi tích cực, thì không phải ai cũng có thể thành công trong việc đạt được mục tiêu của mình. Tại sao lại như vậy? Yếu tố nào là điểm khác biệt khiến một số doanh nhân thành công trong khi những người khác thì không?

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Entrepreneurial Mindset – Introduction to Entrepreneurship](#)

May mắn thay, một số học giả thông thái đã nghiên cứu vấn đề này và nhận thấy rằng, khi mọi yếu tố như đặc điểm cá nhân, tính cách, thời điểm, khả năng tiếp cận nguồn lực và cả sự may mắn đều giống nhau, thì yếu tố then chốt phân biệt giữa những doanh nhân thành công và những người không thành công chính là tư duy khởi nghiệp

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Entrepreneurial Mindset – Introduction to Entrepreneurship](#)

Mãi cho đến gần đây các học giả nghiên cứu về khởi nghiệp mới tập trung vào kỹ năng nhận thức như một yếu tố chính để phân biệt giữa doanh nhân thành công với người

không phải doanh nhân hoặc doanh nhân ít thành công hơn. Cách tiếp cận này đi sâu vào cách tư duy của doanh nhân khác biệt như thế nào so với người không làm kinh doanh (Duening, 2010; Mitchell và cộng sự, 2007). Tư duy khởi nghiệp là những cấu trúc tri thức mà con người sử dụng để đưa ra đánh giá, phán đoán hoặc ra quyết định liên quan đến việc đánh giá cơ hội, tạo lập và phát triển doanh nghiệp. Nói cách khác, nghiên cứu về tư duy khởi nghiệp nhằm mục đích hiểu rõ cách mà doanh nhân sử dụng các mô hình tư duy đơn giản để kết nối những thông tin trước đây không liên quan, từ đó giúp họ xác định và sáng tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ mới, đồng thời tập hợp các nguồn lực cần thiết để khởi sự và phát triển doanh nghiệp (Mitchell, Busenitz và cộng sự, 2002, tr. 97).

Mitchell, Smith và cộng sự (2002) đã đưa ra ví dụ về cách quyết định thành lập một doanh nghiệp mới (biến phụ thuộc) bị ảnh hưởng bởi ba nhóm nhận thức (biến độc lập). Họ mô tả các nhận thức này như sau:

Nhận thức về sự sắp xếp là các sơ đồ tư duy về các mối quan hệ, liên hệ, nguồn lực và tài sản cần thiết để tham gia vào hoạt động khởi nghiệp; nhận thức về sự sẵn sàng là các sơ đồ tư duy hỗ trợ cam kết đối với việc dẫn thân khởi nghiệp và sự cởi mở với ý tưởng bắt đầu một doanh nghiệp; nhận thức về năng lực bao gồm các cấu trúc tri thức hoặc kịch bản mà cá nhân sở hữu để hỗ trợ các khả năng, kỹ năng, chuẩn mực và thái độ cần thiết để tạo lập một doanh nghiệp.

Theo Baron (2004a), bằng cách tiếp cận từ góc nhìn nhận thức, chúng ta có thể hiểu rõ hơn về các doanh nhân và vai trò của họ trong quá trình khởi nghiệp. Góc nhìn nhận thức nhấn mạnh rằng mọi suy nghĩ, lời nói hay hành động của chúng ta đều bị ảnh hưởng bởi các quá trình tư duy — các cơ chế nhận thức mà qua đó chúng ta tiếp nhận, lưu trữ, chuyển hóa và sử dụng thông tin. Quan điểm này được cho là có thể mang lại nhiều giá trị cho lĩnh vực khởi nghiệp. Cụ thể, nó có thể giúp lĩnh vực này trả lời ba câu hỏi cơ bản đã được đặt ra từ lâu:

1. Tại sao một số người chọn trở thành doanh nhân trong khi những người khác thì không?
2. Tại sao một số người có khả năng nhận ra những cơ hội về sản phẩm hoặc dịch vụ mới có thể khai thác lợi nhuận, trong khi những người khác thì không?
3. Tại sao một số doanh nhân lại thành công vượt trội hơn hẳn so với những người khác (Baron, 2004a, p. 221-222)?

Baron (2004a) đã minh họa cách mà sự khác biệt về tư duy giữa con người có thể lý giải tại sao một số người theo đuổi con đường khởi nghiệp còn những người khác thì không. Nghiên cứu về các thiên kiến nhận thức cũng có thể giúp giải thích vì sao một số người trở thành doanh nhân.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Entrepreneurial Mindset – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bài 2.2.2: Cơ sở của nhận thức khởi nghiệp

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Entrepreneurial Mindset – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Kiến thức Nền tảng và Nhận thức Khởi nghiệp

Khả năng nhận diện cơ hội là một trong những kỹ năng quan trọng nhất mà các doanh nhân thành công sở hữu (Ardichvili và cộng sự, 2003), do đó chủ đề này đặc biệt quan trọng trong nghiên cứu về khởi nghiệp. Mặc dù trình độ kiến thức cao hơn (trình độ học vấn) dường như tạo điều kiện thuận lợi cho việc nhận diện cơ hội nói chung, nhưng các loại kiến thức khác nhau lại kích hoạt việc nhận diện các loại cơ hội khác nhau (ví dụ: kiến thức liên quan đến các vấn đề thiên nhiên có thể kích hoạt việc nhận diện cơ hội về môi trường, và kiến thức liên quan đến thị trường quốc tế có thể hỗ trợ việc nhận diện cơ hội ở nước ngoài). Kiến thức liên quan đến việc nhận diện cơ hội có thể đến từ bên trong doanh nhân nhưng cũng có thể được cung cấp bởi các nguồn bên ngoài, như các nhà đầu tư vốn mạo hiểm.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Entrepreneurial Mindset – Introduction to Entrepreneurship](#)

Hơn nữa, có vẻ như kiến thức nền tảng của doanh nhân đóng vai trò quan trọng trong quá trình nhận thức gọi là sự căn chỉnh cấu trúc, quá trình này “kết nối cái đã biết với cái chưa biết” và nhờ đó, có thể tạo điều kiện thuận lợi cho việc nhận diện cơ hội.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Entrepreneurial Mindset – Introduction to Entrepreneurship](#)

Động lực và Nhận thức Khởi nghiệp

Ngoài kiến thức nền tảng, các nhà nghiên cứu còn xác định động lực – lực thúc đẩy hành vi, định hướng hành vi và tăng sự kiên trì trong một hướng đi cụ thể (Bartol và Martin, 1998) – là yếu tố tiên quyết quan trọng trong việc nhận diện cơ hội. Shepard và Patzelt nhận thấy rằng trong khi một số động lực có vẻ thúc đẩy hành động khởi nghiệp một cách tổng quát (ví dụ, phần thưởng tài chính hoặc một số giá trị cá nhân nhất định), thì các loại động lực khác lại dường như thúc đẩy một loại hình khởi nghiệp cụ thể (ví dụ, sự đồng cảm thúc đẩy hành động khởi nghiệp hướng tới các xã hội đang phát triển). Thú vị là, việc không thể theo đuổi nghề nghiệp với mức lương cố định (ví dụ, do chấn thương hoặc rối loạn tâm lý) cũng có thể kích thích động lực khởi nghiệp. Cuối cùng, một phát hiện then chốt là tác động của kiến thức nền tảng và động lực như đã mô tả trong phần này dường như không tách rời nhau mà có thể cùng nhau thúc đẩy hành động khởi nghiệp.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Entrepreneurial Mindset –](#)

Introduction to Entrepreneurship

Sự chú ý và Nhận thức Khởi nghiệp

Sự chú ý đề cập đến một nguồn lực nhận thức không đặc hiệu và có giới hạn cần thiết cho các hoạt động tinh thần, và nó khác nhau tùy theo từng cá nhân và nhiệm vụ (Kahneman, 1973). Mặc dù toàn bộ sự chú ý của chúng ta là một nguồn lực hạn chế, việc chúng ta phân bổ sự chú ý ảnh hưởng đến nhiều khía cạnh của quá trình khởi nghiệp, bao gồm những thay đổi môi trường cũng như việc nhận biết, đánh giá và khai thác các cơ hội. Nghiên cứu cho thấy có nhiều yếu tố ở cấp độ cá nhân, tổ chức và môi trường giải thích cách các doanh nhân phân bổ sự chú ý, và các quá trình nhận thức, đặc biệt là siêu nhận thức, ảnh hưởng đến việc phân bổ sự chú ý của cá nhân và do đó ảnh hưởng đến kết quả khởi nghiệp.

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [The Entrepreneurial Mindset – Introduction to Entrepreneurship](#)

Nhận dạng Khởi nghiệp

Nhận dạng đề cập đến những ý nghĩa mà cá nhân gán cho bản thân mình (Gecas, 1982) và thường được hiểu là câu trả lời cho câu hỏi “Tôi là ai?” (Stryker và Burke, 2000). Sự nghiệp khởi nghiệp cung cấp nhiều cơ hội cho cá nhân phát triển một bản sắc cá nhân có ý nghĩa và độc đáo, phản ánh các đặc điểm và tính cách đã được thảo luận trước đó trong khóa học. Để cân bằng giữa việc đáp ứng nhu cầu cơ bản về sự khác biệt và nhu cầu cơ bản về sự thuộc về, các doanh nhân có thể áp dụng các chiến lược tích hợp hoặc phân chia để quản lý các nhận dạng vì mô liên quan đến công việc và ngoài công việc của họ. Cũng cần lưu ý rằng các biến cố gây sang chấn có thể làm gián đoạn nhận dạng nghề nghiệp của một người, và khởi nghiệp như một con đường nghề nghiệp thay thế có thể giúp xây dựng lại nhận dạng đó, qua đó giúp cá nhân hồi phục về mặt cảm xúc và tâm lý.

Cảm xúc và Nhận thức Khởi nghiệp

Khởi nghiệp là một hành trình chứa đựng nhiều cảm xúc; nó thường được mô tả như một “chuyến tàu lượn cảm xúc” với nhiều thăng trầm ảnh hưởng đến trải nghiệm cảm xúc của các doanh nhân. Cảm xúc không chỉ đóng vai trò then chốt trong việc hiểu các quyết định khai thác cơ hội của doanh nhân mà còn ảnh hưởng đến động lực của nhân viên trong việc tham gia vào các hoạt động khởi nghiệp. Đặc biệt, khi các dự án khởi nghiệp trong tổ chức thất bại, nhân viên thường trải qua những cảm xúc tiêu cực lớn, điều này có thể làm giảm động lực và khả năng học hỏi từ thất bại đó. Mặt tích cực là những tác động này phụ thuộc vào môi trường tổ chức chấp nhận thất bại như một điều bình thường, cũng như vào cách cá nhân đối mặt với khó khăn, niềm tin vào năng lực bản thân, và sự thông cảm với chính mình.

Sau khi hoàn thành các bài đọc và video, hãy suy ngẫm về ý nghĩa của những dạng nhận thức này đối với bạn và cách bạn đã thấy chúng biểu hiện trong kinh nghiệm sống của chính mình.

Hoạt động 2.2.1: Đọc/Xem/Nghe – Suy ngẫm

Tiếp tục phát triển kỹ năng nghiên cứu khởi nghiệp, giải quyết vấn đề và nhận diện cơ hội của bạn, hãy suy ngẫm về những nhận thức khởi nghiệp mà bạn thấy hấp dẫn nhất, và phản ánh cách những nhận thức này, khi kết hợp với định nghĩa khởi nghiệp của bạn, có thể được sử dụng để tạo nên thành công khởi nghiệp của chính bạn trong 18 tháng tới.

Các bước chính bao gồm:

1. Nghiên cứu các đường liên kết dưới đây
2. Xác định ba nhận thức khởi nghiệp mà bạn thấy đặc biệt quan trọng
3. Đánh giá về lý do tại sao những nhận thức này lại quan trọng và vai trò của chúng trong thành công khởi nghiệp
4. Tự nhìn nhận về khả năng của chính bạn đối với ba nhận thức cụ thể này
5. Nhận định về cách bạn có thể tạo ra thành công của riêng mình bằng cách sử dụng những nhận thức này, dựa trên định nghĩa về khởi nghiệp của bạn trong vòng 18 tháng tới

Nguồn:

- Xem video này về [Cách Tâm Trí Của Bạn Có Thể Gây Ngạc Nhiên và Phản Bội Bạn](#)
- Xem video này về [Nhận Thức Khởi Nghiệp](#)
- Xem video này về [Cách Tìm Ra Điều Bạn Thực Sự Muốn](#)
- Xem video trong danh sách phát [Thành Công Là Gì](#)

Hoạt động 2.2.2: Viết báo cáo

Đã đến lúc bạn cần suy ngẫm lại trải nghiệm học tập trong Học phần 2. Bài báo cáo này sẽ tập trung hoàn toàn vào trải nghiệm học tập mà bạn đã có cho đến thời điểm hiện tại. Hãy xác định những thế mạnh trong việc học của bạn, và những điều mà bạn cảm thấy dễ dàng tiếp thu khi học Học phần đầu tiên của khóa học. Đồng thời, hãy chỉ ra những lĩnh vực mà bạn muốn cải thiện hoặc cần củng cố từ góc độ học tập. Hãy nhớ rằng, bài báo cáo này không nói về nội dung kiến thức bạn đã học, mà là về cách bạn học và trải nghiệm học tập của bạn. Mục tiêu của hoạt động này là giúp bạn hiểu rõ hơn bản thân như một người học, điều này thực sự quan trọng không chỉ cho khóa học hiện tại mà còn cho toàn bộ quá trình học tập của bạn sau này. Bạn sẽ xem xét lại điểm mạnh, điểm yếu và những kiến thức chính mà bạn đã tiếp thu, đồng thời xác định những bước cụ thể để chuẩn bị và hoàn thành thử thách học tập sắp tới là khám phá tư duy khởi nghiệp cho chính bản thân bạn. Bài viết báo cáo của bạn nên có độ dài từ 150 đến 300 từ nếu viết, hoặc khoảng 4 phút nếu trình bày dưới dạng video. Dựa trên trải nghiệm cá nhân của bạn và tài liệu trong khóa học, hãy suy ngẫm trong báo cáo học tập của bạn (dưới dạng blog, vlog, v.v.) về tất cả các câu hỏi gợi ý sau của mô-đun này:

- Những khái niệm cốt lõi bạn đã học được giúp bạn hiểu rõ hơn về tinh thần khởi nghiệp
- Những khái niệm dễ hiểu và lý do vì sao bạn thấy dễ hiểu
 - + Nếu không có khái niệm nào đặc biệt dễ hiểu, hãy phản ánh lý do tại sao lại như vậy
- Những khái niệm khó hiểu và lý do vì sao bạn thấy khó hiểu
 - + Nếu không có khái niệm nào đặc biệt khó hiểu, hãy suy ngẫm về lý do tại sao lại như vậy

Tiếp theo, hãy tạo một bản nháp sơ bộ để giải thích về tư duy khởi nghiệp (cố gắng diễn đạt trong một hoặc hai câu).

Tài liệu tham khảo

Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105–123.

Baron, R. A. (2004a). The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic “why” questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221-239.

Bartol, K. M., & Martin, D. C. (1998). Performance appraisal: Maintaining system effectiveness. *Public Personnel Management*, 27(2), 223–230.

Duening, T. N. (2010). Five minds for the entrepreneurial future: Cognitive skills as the intellectual foundation for next generation entrepreneurship curricula. *Journal of Entrepreneurship*, 19(1), 1-22. doi:10.1177/ 097135570901900101

Gecas, V. (1982). The self-concept. *Annual Review of Sociology*, 8(1), 1–33

Glaser, R. (1984). Education & thinking The role of knowledge. *American Psychologist*, 39, 93-104. Kahneman, D. (1973). *Attention and effort*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 57(9), 705–717

Mitchell, R. K. (2000). *Introduction to the Venture Analysis Standards 2000: New Venture Template Workbook*. Victoria, B.C., Canada: International Centre for Venture Expertise.

Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 93-104.

Mitchell, R. K., Busenitz, L. W., Bird, B., Gaglio, C. M., McMullen, J. S., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2007). The Central Question in Entrepreneurial Cognition Research 2007. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 1-27.

Mitchell, R. K., Smith, J. B., Morse, E. A., Seawright, K. W., Peredo, A. M., & McKenzie, B. (2002). Are entrepreneurial cognitions universal? Assessing

entrepreneurial cognitions across cultures. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 26(4), 9-32.

Stryker, S., & Burke, P. J. (2000). The past, present, and future of an identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 63(4), 284–297

6. Đổi mới và Sáng tạo trong Khởi nghiệp

Tóm tắt nhiệm vụ:

- Bài 2.3.1: Đổi mới và sáng tạo trong Khởi nghiệp
- Bài 2.3.2: Tư duy thiết kế
- Hoạt động 2.3.1: Đọc/Xem/Nghe – Suy ngẫm
- Hoạt động 2.3.2: Viết báo cáo
- Bài tập Học phần 2: Những yếu tố tạo nên một doanh nhân thành công

Mục tiêu học tập:

- Định nghĩa sáng tạo và đổi mới trong bối cảnh khởi nghiệp
- Tự nhìn nhận về các quan điểm khác nhau về sáng tạo và đổi mới trong bối cảnh khởi nghiệp
- Đánh giá tiềm năng của tư duy thiết kế
- Xác định các đặc điểm mà bạn cảm thấy phù hợp và cho là quan trọng đối với thành công trong khởi nghiệp

Đổi mới và sáng tạo chính là những yếu tố làm cho thế giới vận hành và không ngừng cải tiến, phát triển! Đã có rất nhiều ý tưởng và quan điểm tuyệt vời xoay quanh quá trình sáng tạo và đổi mới dành cho doanh nhân, bởi đây là một phần cốt lõi trong quá trình xác định vấn đề. Hãy cùng tìm hiểu những gì các chuyên gia hàng đầu nói về sáng tạo và đổi mới dưới góc nhìn khởi nghiệp.

Bài 2.3.1: Đổi mới và sáng tạo trong Khởi nghiệp

Drucker

Đổi mới một cách có hệ thống bao gồm “việc theo dõi bảy nguồn cơ hội đổi mới” (Drucker, 1985). Bốn nguồn đầu tiên tập trung nội bộ trong doanh nghiệp hoặc ngành, vì chúng có thể dễ nhận thấy đối với những người tham gia trong tổ chức hoặc lĩnh vực đó. Ba nguồn còn lại liên quan đến những thay đổi xảy ra bên ngoài doanh nghiệp hoặc ngành.

- Tập trung nội bộ:
 - + Những điều bất ngờ (thành công, thất bại, hoặc các sự kiện bên ngoài không lường trước)
 - + Sự không tương đồng giữa thực tế và giả định (hoặc kỳ vọng) về thực tế
 - + Đổi mới dựa trên nhu cầu của quy trình
 - + Những thay đổi trong cấu trúc ngành hoặc thị trường không thể lường trước được
- Tập trung bên ngoài
 - + Nhân khẩu học (sự thay đổi dân số)
 - + Những thay đổi trong nhận thức, tâm trạng và ý nghĩa

- + Tri thức mới, bao gồm cả tri thức khoa học và phi khoa học

Mitchell

Một trong những yếu tố trong Mô hình Khởi nghiệp mới (New Venture Template) của Mitchell (2000) đặt ra câu hỏi liệu dự án kinh doanh đang được xem xét có đại diện cho một sự kết hợp mới hay không. Để xác định điều này, ông đề xuất cân nhắc hai loại khám phá mang tính khởi nghiệp: khám phá khoa học và khám phá theo hoàn cảnh.

- Khám phá khoa học
 - + Hiểu biết sâu sắc về vật lý/công nghệ
 - + Một cách thức mới có giá trị
- Khám phá theo hoàn cảnh
 - + Kiến thức cụ thể về thời gian, địa điểm hoặc hoàn cảnh
 - + Những gì bạn biết và khi nào bạn biết điều đó

Tập hợp biến số thứ hai cần xem xét là các khiếm khuyết của thị trường có thể tạo ra cơ hội lợi nhuận: *cầu vượt quá cung* và *cung vượt quá cầu*. Từ đó, xuất hiện bốn loại khám phá trong khởi nghiệp sau:

- Phát minh I
 - + Sử dụng khoa học để khai thác tình trạng cầu vượt quá cung (một khiếm khuyết thị trường)
 - + Trở thành cơ hội để khám phá và áp dụng các quy luật tự nhiên nhằm đáp ứng nhu cầu vượt mức
 - + Những phát minh trong một ngành có thể tạo hiệu ứng lan tỏa sang các ngành khác
Ví dụ: phát minh ra máy bay
- Quan sát
 - + Các hoàn cảnh cụ thể tiết lộ cơ hội khai thác tình trạng cầu vượt quá cung (một khiếm khuyết thị trường)
 - + Không nhất thiết phải dựa vào khoa học
Ví dụ: ngành hàng không = nhu cầu cung cấp dịch vụ ăn uống cho hành khách
- Phát minh II
 - + Sử dụng khoa học để khai thác tình trạng cung vượt quá cầu (một khiếm khuyết thị trường)
Ví dụ: Nguyên tố phổ biến thứ hai trên Trái đất sau oxy là silic = vi mạch silicon
- Phối hợp
 - + Các hoàn cảnh cụ thể tiết lộ cơ hội khai thác tình trạng cung vượt quá cầu
Ví dụ: Năng lực của nhà sản xuất trong việc hạ giá thành = Wal-Mart tận dụng điều này để tạo lợi thế cạnh tranh

Schumpeter

Năm loại "kết hợp mới" theo Schumpeter (1934) có thể xuất hiện trong mỗi loại khám phá doanh nhân (theo Mitchell, 2000) như sau:

- Sản phẩm hoặc dịch vụ mới hoặc được cải tiến
 - + Sự khác biệt giữa những tiến bộ thực sự và các thay đổi mang tính quảng bá
- Phương pháp sản xuất mới
 - + Ví dụ: phương pháp dây chuyền lắp ráp trong sản xuất ô tô, rô-bốt, chế biến nông sản.
- Mở cửa thị trường mới
 - + Trong bối cảnh toàn cầu: văn hóa, luật pháp, thị hiếu địa phương, tập quán kinh doanh, giao tiếp và vận chuyển đều tạo nên các kênh phân phối mới.
 - + Ví dụ: Honda đã tạo ra thị trường mới cho xe máy nhỏ, công suất vừa phải.
- Chinh phục nguồn cung nguyên liệu mới
 - + Nâng cao khả năng cung ứng sản phẩm bằng cách giảm chi phí.
 - + Nâng cao khả năng cung ứng mà không làm giảm chất lượng.
- Tái tổ chức một ngành công nghiệp

Murphy

Murphy (2011) cho rằng cách tiếp cận để hiểu về khám phá cơ hội kinh doanh thường bị đơn giản hóa quá mức bởi một logic đơn chiều. Ông không đồng tình với quan điểm cho rằng doanh nhân hoặc là chủ động tìm kiếm cơ hội kinh doanh, hoặc là tình cờ phát hiện ra chúng. Mô hình đa chiều về khám phá cơ hội kinh doanh của Murphy (2011) đề xuất rằng cơ hội có thể được xác định thông qua: (a) một quá trình tìm kiếm có chủ đích; (b) do người khác cung cấp cơ hội cho doanh nhân; (c) thông qua kiến thức trước đó, sự nhạy bén kinh doanh và các phương tiện khác ngoài việc tìm kiếm có chủ đích; và (d) sự kết hợp giữa cơ may tình cờ và tìm kiếm có chủ đích.

Vesper

Theo nghiên cứu thực nghiệm, sự sáng tạo trong kinh doanh không có mối tương quan với chỉ số IQ (những người có IQ cao vẫn có thể thất bại trong kinh doanh và những người có IQ thấp hơn vẫn có thể thành công với vai trò là doanh nhân). Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng những người luyện tập các kỹ thuật tạo ý tưởng có thể trở nên sáng tạo hơn. Những ý tưởng tốt nhất đôi khi xuất hiện sau trong quá trình tạo ý tưởng—thường là vài ngày hoặc vài tuần sau khi áp dụng các kỹ thuật tạo ý tưởng (Vesper, 1996).

Vesper (1996) xác định một số cách mà các doanh nhân tìm ra ý tưởng:

- Công việc trước đó
- Hoạt động giải trí
- Sự kiện tình cờ
- Trả lời các câu hỏi khám phá

Mặc dù những người muốn khởi nghiệp thường không phát hiện ra ý tưởng bằng một chiến lược tìm kiếm có chủ đích (trừ khi họ đang theo đuổi việc mua lại các doanh nghiệp đang hoạt động), nhưng vẫn có thể suy luận rằng trong quá trình phát hiện ý tưởng của họ tồn tại một số mô hình tìm kiếm ngầm định (Vesper, 1996).

Vesper (1996) phân loại các câu hỏi khám phá như sau:

- *Câu hỏi tìm kiếm*, giúp kích thích ý tưởng kinh doanh bằng cách đưa tâm trí vào trạng thái mà tiềm thức sẽ hoạt động để đẩy ý tưởng lên ý thức:
 - + Điều gì đang làm tôi khó chịu và điều gì có thể giúp tôi bớt khó chịu?
 - + Điều này có thể được tạo ra hoặc thực hiện khác đi so với hiện tại không?
 - + Tôi còn muốn có thêm điều gì khác nữa không?
 - + Làm thế nào để tôi có thể tiếp nối truyền thống gia đình?
- *Câu hỏi dựa trên các cuộc gặp gỡ* với khách hàng tiềm năng, ý tưởng của người khác hoặc một sự kiện nào đó:
 - + Tôi có thể đóng vai trò nào trong việc cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ này cho một thị trường rộng lớn hơn không?
 - + Liệu có cách nào để làm điều này tốt hơn cho khách hàng không?
- *Câu hỏi dựa trên phản ứng đánh giá* đối với các ý tưởng:
 - + Tôi có thể làm công việc này một cách độc lập thay vì là một nhân viên không?
 - + Nếu mọi người ở nơi khác thích ý tưởng này, liệu họ có muốn nó ở đây không?

Vesper (1996) cũng nhấn mạnh một số rào cản tâm lý đối với sự "thoát ly" (departure – sự bứt phá ra khỏi những lối mòn). Ông cho rằng việc tạo ra các ý tưởng sáng tạo bao gồm hai nhiệm vụ: thoát khỏi những gì thông thường hoặc quen thuộc, và áp dụng một phương pháp hiệu quả để định hướng cho sự thoát ly đó. Những rào cản tâm lý cản trở sự thoát ly bao gồm:

- Rào cản nhận thức
 - + Khó khăn trong việc nhìn sự việc từ các góc nhìn khác nhau
 - + Chỉ nhìn thấy những gì bạn mong đợi hoặc nghĩ rằng người khác mong bạn nhìn thấy
- Rào cản cảm xúc
 - + Không chịu được sự mơ hồ, không rõ ràng
 - + Ưa đánh giá hơn là tìm kiếm ý tưởng mới
 - + Tầm nhìn hạn hẹp
 - + Thiếu kiên nhẫn
- Rào cản văn hóa
 - + Tin rằng lý trí và logic vượt trội hơn cảm xúc, trực giác và các phương pháp tiếp cận khác
 - + Cho rằng truyền thống thì tốt hơn sự thay đổi
 - + Xem thường sự tưởng tượng, phản tư, sự chơi đùa với ý tưởng, sự hài hước
- Rào cản tưởng tượng
 - + Nỗi sợ hãi khi để tiềm thức dẫn dắt tư duy

- + Sự ức chế đối với một số lĩnh vực của trí tưởng tượng
- Rào cản từ môi trường
 - + Thiếu tin tưởng vào những người có thể hỗ trợ
 - + Sự xao nhãng
 - + Những phản ứng mang tính nản lòng từ người khác
- Rào cản trí tuệ
 - + Thiếu thông tin
 - + Thông tin sai lệch
 - + Kỹ năng kỹ thuật yếu trong các lĩnh vực như phân tích tài chính
- Rào cản diễn đạt
 - + Kỹ năng viết kém
 - + Không có khả năng xây dựng nguyên mẫu

Hiểu được những rào cản tâm lý đối với sự đổi mới là bước đầu tiên để tìm cách vượt qua chúng. Một số chiến thuật giúp khởi tạo ý tưởng sáng tạo bao gồm (Vesper, 1996):

- Thử nhìn nhận và suy nghĩ về các cơ hội kinh doanh theo những cách khác nhau
- Liên tục tạo ra các ý tưởng về cơ hội và cách khai thác chúng
- Tìm kiếm manh mối từ các mối quan hệ trong kinh doanh và đời sống cá nhân, hội chợ thương mại, văn phòng cấp phép công nghệ và các nguồn khác
- Không để bản thân bị nản lòng bởi những quan điểm tiêu cực từ người khác, vì nhiều đổi mới thành công từng bị cho là không thể thực hiện
- Tạo ra các giải pháp khả thi cho các trở ngại trước khi nêu ra những đánh giá tiêu cực
- Sử dụng các mẹo tạo ý tưởng như:
 - + Động não
 - + Xem xét nhiều hậu quả của các sự kiện hoặc thay đổi trong tương lai
 - + Sắp xếp lại, đảo ngược, mở rộng, thu nhỏ, kết hợp hoặc thay đổi các ý tưởng
 - + Xây dựng các kịch bản

Bài 2.3.2: Tư duy thiết kế

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [6. Creativity and Innovation in Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Viện Thiết kế Hasso Plattner tại Đại học Stanford, thường được gọi là d.school (<http://dschool.stanford.edu>), là một trong những đơn vị hàng đầu trong việc thúc đẩy tư duy thiết kế. Bạn có thể tải xuống tài liệu hướng dẫn Bootcamp Bootleg từ website của d.school tại liên kết <https://dschool.stanford.edu/resources/the-bootcamp-bootleg>. Dưới đây là mô tả về tư duy thiết kế được trích từ website của IDEO:

Tư duy thiết kế là một quá trình mang đậm tính nhân văn, khai thác những khả năng mà tất cả chúng ta đều có nhưng thường bị bỏ qua bởi các phương pháp giải quyết vấn đề truyền thống thông thường. Nó dựa vào khả năng trực giác, nhận biết các mô hình

(pattern), xây dựng những ý tưởng có ý nghĩa về mặt cảm xúc cũng như chức năng, và thể hiện bản thân qua những cách thức vượt ra ngoài lời nói hay ký hiệu. Không ai muốn điều hành một tổ chức chỉ dựa vào cảm xúc, trực giác và cảm hứng, nhưng việc quá phụ thuộc vào lý trí và phân tích cũng có thể tiềm ẩn những rủi ro tương tự. Tư duy thiết kế mang lại một con đường thứ ba tích hợp cả hai yếu tố này.

Quá trình tư duy thiết kế nên được xem như một hệ thống các vùng không gian chồng chéo lên nhau hơn là một chuỗi các bước tuần tự theo trật tự. Có ba vùng không gian cần ghi nhớ: cảm hứng, phát triển ý tưởng và triển khai. Cảm hứng là vấn đề hoặc cơ hội thúc đẩy việc tìm kiếm giải pháp. Phát triển ý tưởng là quá trình tạo ra, phát triển và thử nghiệm các ý tưởng. Triển khai là con đường dẫn từ giai đoạn dự án đến hiện thực cuộc sống của con người (IDEO, 2015).

Hoạt động 2.3.1: Đọc/Xem/Nghe – Suy ngẫm

Giờ là lúc để bạn dành thời gian suy ngẫm về giá trị của sự sáng tạo và đổi mới trong kinh doanh khởi nghiệp. Tương tự như các hoạt động trước, tất cả đều nhằm mục đích phát triển sự hiểu biết của riêng bạn về những đặc điểm cần thiết để thành công trong khởi nghiệp. Hãy chú ý đến những đặc điểm và xu hướng mà bạn cảm thấy đồng điệu và hấp dẫn đặc biệt. Hãy nhớ rằng, vào cuối module này, bạn sẽ cần viết một tài liệu khoảng 250 từ, một hình ảnh hoặc một bài thuyết trình dài ba phút về những đặc điểm giúp một nhà tư duy và lãnh đạo khởi nghiệp trở nên thành công.

Các bước bao gồm:

1. Chọn năm (5) video từ danh sách phát [Innovation Playlist](#) để xem
2. Dựa trên những gì bạn đã học trong toàn bộ đơn vị này, xác định các đặc điểm mà bạn cảm thấy đồng điệu và cho là then chốt để thành công, đồng thời hấp dẫn với bạn về mặt cá nhân.
3. Suy ngẫm về lý do tại sao những đặc điểm này lại quan trọng và hấp dẫn
4. Suy ngẫm về cách mà những đặc điểm này, hoặc sự thiếu hụt chúng, có thể ảnh hưởng đến thành công của chính bạn với tư cách là một doanh nhân.
5. Suy ngẫm về cách bạn có thể củng cố những đặc điểm này để hỗ trợ thành công khởi nghiệp của chính mình trong vòng 18 tháng tới

Hoạt động 2.3.2: Viết báo cáo

Việc viết báo cáo học tập có thể là một phương pháp rất hiệu quả bởi vì nó giúp chúng ta tạm dừng và suy ngẫm không chỉ về những gì đã học mà còn về ý nghĩa của nó đối với bản thân. Viết báo cáo giúp biến tài liệu học thành điều có ý nghĩa, mang tính cá nhân và sâu sắc. Tương tự như bài suy ngẫm cuối Học phần 1, lần này chúng ta sẽ áp dụng một cách tiếp cận hơi khác cho báo cáo này, tập trung vào việc phát triển một kế hoạch hành động dựa trên hai bài phản ánh trước đó của bạn. Ở đây, bạn sẽ xây dựng một kế hoạch hành động cho những thử thách học tập trước mắt, chẳng hạn như các bài tập trong đơn vị học này. Hãy nhớ lại trong hai bài báo cáo trước, bạn đã suy ngẫm về những điểm mạnh, điểm yếu và những khía cạnh học tập quan trọng mà bạn thấy khó khăn (không phải nội dung học). Bạn sẽ xem xét lại những điểm mạnh, điểm yếu và bài học chính, từ đó xác định các bước cụ thể để chuẩn bị và hoàn thành thử thách

học tập sắp tới liên quan đến việc thiết kế quy trình khởi nghiệp cho bản thân. Bài báo cáo của bạn nên có độ dài từ 300 đến 500 từ hoặc một video dài khoảng 5 phút.

Dựa trên hai bài báo cáo trước của bạn và trải nghiệm học tập trong Học phần 2, Mô-đun 3, hãy suy ngẫm về những điều sau đây:

1. Những khái niệm dễ hiểu và lý do tại sao chúng dễ hiểu
 - 1.1. Nếu không có khái niệm cụ thể nào dễ hiểu, hãy suy ngẫm lý do tại sao lại như vậy
2. Những khái niệm khó hiểu và lý do tại sao chúng khó hiểu
 - 2.1. Nếu không có khái niệm cụ thể nào khó hiểu, hãy suy ngẫm lý do tại sao lại như vậy
3. Xây dựng một kế hoạch có ý nghĩa với các hành động rõ ràng và cụ thể mà bạn cần thực hiện, cách bạn sẽ thực hiện chúng và thời điểm bạn sẽ thực hiện, để giải quyết bất kỳ thách thức hoặc điểm yếu nào trước khi bạn hoàn thành Bài tập Học phần 2: Những yếu tố tạo nên một doanh nhân thành công.

Bài tập Học phần 2: Những yếu tố tạo nên một doanh nhân thành công

Mục tiêu của bài tập này là kết nối tất cả các nội dung mà bạn đã học và thực hành trong suốt đơn vị học vừa qua về việc điều gì thực sự tạo nên một doanh nhân thành công. Bạn sẽ xây dựng một bộ đặc điểm, kỹ năng, năng lực, phẩm chất v.v... của riêng bạn – những yếu tố mà bạn cho là tạo nên một doanh nhân thành công – và khám phá xem bạn nhìn thấy những đặc điểm đó ở bản thân như thế nào. Hãy nhớ rằng, bài tập này không nhằm tìm ra "đáp án đúng" hay chỉ liệt kê một bộ đặc điểm do người khác phát triển, mà là bạn tự xây dựng bộ đặc điểm của riêng mình và đưa ra lý do hợp lý để hỗ trợ cho lựa chọn đó. Bài nộp của bạn nên dài khoảng 250 từ (tương đương một trang A4, giãn dòng đôi), hoặc bạn có thể thực hiện dưới dạng infographic hoặc bài thuyết trình dài 2–3 phút. Nếu bạn đang học một khóa học chính thức và muốn thực hiện bài tập này theo một cách tiếp cận khác, hãy liên hệ với giảng viên để được phê duyệt trước.

Tài liệu tham khảo

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. p. 35. New York, NY: Harper & Row.

IDEO. (2015). About IDEO. para. 7-8. Retrieved from <http://www.ideo.com/about/>

Mitchell, R. K. (2000). *Introduction to the Venture Analysis Standards 2000: New Venture Template Workbook*. Victoria, B.C., Canada: International Centre for Venture Expertise

Murphy, P. J. (2011). A 2 x 2 conceptual foundation for entrepreneurial discovery theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 359-374. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00368.x

Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development : An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle (R. Opie, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.

Vesper, K. H. (1996). New venture experience (revised ed.). p. 60. Seattle, WA: Vector Books

Học phần 3: Quá trình Khởi nghiệp

Giới thiệu về Học phần 3

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Unit 3: The Entrepreneurial Process – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Giờ đây, khi chúng ta đã có cái nhìn tổng quan về khởi nghiệp và ý nghĩa của nó đối với mỗi cá nhân, cũng như muốn tượng được những ai được coi là doanh nhân và điều gì khiến họ thành công, thì đã đến lúc đi sâu vào quy trình khởi nghiệp. Hãy nhớ rằng, các dự án khởi nghiệp không nhất thiết phải là doanh nghiệp vì lợi nhuận thì mới được gọi là khởi nghiệp — chúng có thể là các phong trào thay đổi xã hội phi lợi nhuận, các tổ chức từ thiện, sáng kiến của chính phủ, các ý tưởng cải tiến, hoặc kiểu điển hình là bắt đầu một doanh nghiệp nhỏ. Dù hình thức thể hiện như thế nào, quy trình mà chúng ta cần trải qua để biến một ý tưởng và cơ hội khởi nghiệp thành hiện thực là giống nhau. Chúng ta cần có khả năng nhận diện những cơ hội hấp dẫn, đánh giá và phân tích chúng một cách có ý nghĩa, huy động nguồn lực và thu hút người khác tham gia, cũng như phát triển một kế hoạch để mọi người cùng hiểu rõ hướng đi và sẵn sàng bắt tay vào hành động. Trong học phần này, chúng ta sẽ áp dụng quy trình đó và thực hiện một mô phỏng trước khi bạn tự thực hành quy trình này trong Học phần 4.

Vào cuối học phần này, bạn sẽ hoàn thành những nội dung sau:

Mục tiêu học tập

- Xác định các cơ hội khởi nghiệp hấp dẫn
- Đánh giá các cơ hội khởi nghiệp hấp dẫn
- Mô hình hóa quy trình khởi nghiệp cho các cơ hội khởi nghiệp hấp dẫn
- Tạo ra các tài liệu lập kế hoạch khởi nghiệp

7. Quy trình Khởi nghiệp

Tóm tắt nhiệm vụ:

- Bài 3.1.1: Quy trình khởi nghiệp: Phần 1
- Bài 3.1.2: Quy trình khởi nghiệp: Phần 2
- Bài 3.1.3: Lập kế hoạch khởi nghiệp: Phần 1
- Bài 3.1.4: Lập kế hoạch khởi nghiệp: Phần 2
- Bài 3.1.5: Lập kế hoạch khởi nghiệp: Phần 3
- Hoạt động 3.1.1: Mô phỏng Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDG)
- Bài tập học phần 3: Kế hoạch hành động của bạn

Mục tiêu học tập:

- Nhận diện các cơ hội khởi nghiệp hấp dẫn
- Đánh giá các cơ hội khởi nghiệp hấp dẫn
- Mô hình hóa quy trình khởi nghiệp cho các cơ hội khởi nghiệp hấp dẫn
- Tạo lập các tài liệu lập kế hoạch khởi nghiệp

Thành công trong khởi nghiệp có thể đạt được khi những cá nhân sáng tạo xây dựng một cách mới để đáp ứng nhu cầu và/hoặc mong muốn. Điều này được thực hiện thông qua một quy trình có hệ thống, nhằm huy động và điều phối các nguồn lực để cung cấp một sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể cho đối tượng mục tiêu theo cách khả thi về mặt tài chính. Mặc dù những ý tưởng này có thể hoàn toàn là các ý tưởng kinh doanh, chúng cũng có thể là các khái niệm xuất phát từ tinh thần vị tha hoặc phi lợi nhuận. Đối với những ý tưởng sáng tạo mang tính kinh doanh thuần túy, sự bền vững có thể (và nên) được tích hợp vào thiết kế sản phẩm và hoạt động vận hành bằng cách áp dụng các tiêu chí như: hướng tới sử dụng năng lượng và vật liệu thân thiện (hoặc ít nhất là an toàn hơn đáng kể), giảm thiểu dấu chân tài nguyên, và loại bỏ các tác động xã hội không công bằng do hoạt động của dự án – bao gồm cả tác động từ chuỗi cung ứng của nó.

Đổi mới trong khởi nghiệp khi được kết hợp với các nguyên tắc bền vững có thể được phân tách thành bốn yếu tố chính sau, mỗi yếu tố cần được phân tích riêng biệt. Sau đó, tổng thể các yếu tố này phải hài hòa tạo thành một chỉnh thể thống nhất. Bốn yếu tố đó là:

- Cơ hội
- Thị trường
- Doanh nhân/đội ngũ
- Nguồn lực

Các dự án khởi nghiệp thành công được đặc trưng bởi sự phù hợp và nhất quán xuyên suốt các bước trong quy trình này. Sở thích và kỹ năng của doanh nhân phải phù hợp với thiết kế và sản phẩm được cung cấp; trình độ của đội ngũ cần phải tương xứng với kiến thức cần thiết để khởi động dự án. Cần phải có nhu cầu khả thi về mặt tài chính

(đủ số lượng người mua với mức giá hợp lý) đối với sản phẩm hoặc dịch vụ, và tất nhiên, phải xác định được những người dùng tiên phong (những người sẵn sàng mua hàng). Cuối cùng, cần phải xác định và huy động đầy đủ các nguồn lực đủ lớn, bao gồm cả nguồn vốn tài chính (ví dụ: vốn lưu động), không gian văn phòng, thiết bị, cơ sở sản xuất, linh kiện, vật liệu và chuyên môn. Mỗi phần này sẽ được trình bày chi tiết hơn trong các phần tiếp theo.

Bài 3.1.1: Quy trình khởi nghiệp: Phần 1

Xác định, Phân tích và Lập kế hoạch Cơ hội

Như đã đề cập trong phần trước, Nhận diện Cơ hội là quá trình nhận thức mang tính chủ động và tư duy (hoặc chuỗi các quá trình) mà qua đó cá nhân kết luận rằng họ đã xác định được tiềm năng tạo ra điều gì đó mới mẻ, có khả năng sinh ra giá trị kinh tế và hiện chưa được khai thác hoặc phát triển, đồng thời được xã hội nơi nó xuất hiện xem là điều mong muốn (tức là sự phát triển đó phù hợp với các điều kiện pháp lý và đạo đức hiện hành). (Baron, 2004b, tr. 52) Vì nhận diện cơ hội là một quá trình tư duy, theo Baron (2004b), con người có thể học cách nhận diện cơ hội hiệu quả hơn bằng cách thay đổi cách suy nghĩ về cơ hội và cách nhận diện chúng.

Cơ hội là khả năng thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của một nhóm người nhất định, đồng thời tạo ra lợi nhuận cho phép bạn tiếp tục hoạt động và phát triển tổ chức của mình theo thời gian. Nhiều điều kiện khác nhau trong xã hội có thể tạo ra cơ hội cho những hàng hóa và dịch vụ mới. Là một doanh nhân tiềm năng, các câu hỏi then chốt bạn cần đặt ra bao gồm:

- Nhu cầu nào hiện chưa được đáp ứng?
- Những điều kiện nào đã tạo ra cơ hội cho ý tưởng của tôi?
- Tại sao mọi người lại muốn và cần điều gì đó mới vào thời điểm này?
- Những yếu tố nào đã mở ra cơ hội này?
- Liệu cơ hội này có bền vững không, hay chỉ là một “cửa sổ” mở hôm nay nhưng có thể đóng lại vào ngày mai?
- Nếu bạn nhận thấy một nhu cầu chưa được đáp ứng, liệu bạn có thể cung cấp những gì khách hàng muốn đồng thời tạo ra biên lợi nhuận và lợi nhuận bền vững không?
- Làm thế nào tôi có thể thực hiện dự án này trong khi hỗ trợ các Mục tiêu Phát triển Bền vững?

Các điều kiện tạo cơ hội phát sinh từ nhiều nguồn khác nhau. Ở cấp độ xã hội rộng lớn, chúng tồn tại do các lực lượng như sự thay đổi về nhân khẩu học, sự thay đổi trong kiến thức và hiểu biết nhờ những tiến bộ khoa học, sự điều chỉnh hoặc mất cân bằng của các xu hướng chính trị, hoặc sự thay đổi thái độ và chuẩn mực dẫn đến nhu cầu mới. Một số thay đổi về nhân khẩu học và các thách thức về ô nhiễm tạo ra cơ hội liên quan đến các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDG). Khi bạn kết hợp sự quan tâm ngày càng tăng của công chúng về sức khỏe và sự an lành, các phương pháp xử lý nước tiên tiến, công nghệ đốt cháy sạch, các nguồn năng lượng “sạch” tái tạo, việc chuyển đổi bao bì đã qua sử dụng thành các nguồn tài sản mới, các hợp chất hóa học

lành tính cho quy trình công nghiệp, và nông nghiệp hữu cơ phát triển bền vững tại địa phương, bạn sẽ bắt đầu nhận thấy phạm vi rộng lớn của các cơ hội tồn tại do các xu hướng vĩ mô này tạo ra.

Hãy chắc chắn trả lời các câu hỏi về cơ hội ở trên trong Kế hoạch Khởi nghiệp của bạn.

Xác định, Phân tích và Lập kế hoạch Thị trường

Bạn đang cung cấp/làm/bán/đóng góp điều gì? Các doanh nghiệp mới cung cấp giải pháp cho các vấn đề của con người. Khái niệm này yêu cầu bạn không chỉ xem xét mô tả sản phẩm hoặc dịch vụ mà còn phải hiểu sâu hơn về nhóm người có nhu cầu chưa được đáp ứng mà bạn đang phục vụ (thường gọi là phân tích thị trường). Trong bất kỳ hoàn cảnh đổi mới khởi nghiệp/doanh nghiệp(?) nào, bạn phải đặt ra các câu hỏi sau:

- Giải pháp mà bạn muốn khách hàng trả tiền là gì?
- Đó là dịch vụ, sản phẩm, hay sự kết hợp của cả hai?
- Bạn đang bán cho ai? Người mua có phải là người sử dụng thực tế không? Ai quyết định việc mua hàng?
- Vấn đề của khách hàng là gì và sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn giải quyết nó như thế nào?

Hiểu rõ những gì bạn đang bán không phải lúc nào cũng đơn giản như bạn nghĩ. Khi bạn bán một chiếc xe điện, bạn không chỉ bán phương tiện di chuyển. Người mua đang mua một gói các thuộc tính có thể bao gồm công nghệ tiên tiến, chi phí vận hành thấp hơn, và có thể cả sự hài lòng khi là một phần của giải pháp cho các vấn đề về sức khỏe, môi trường và an ninh năng lượng.

Bài 3.1.2: Quy trình khởi nghiệp: Phần 2

Xác định, Phân tích và Lập kế hoạch cho Doanh nhân & Đội ngũ Khởi nghiệp

Cơ hội và doanh nhân phải gắn bó với nhau theo cách tối ưu hóa khả năng thành công. Mọi người thường trở thành doanh nhân khi họ nhìn thấy một cơ hội. Họ bị thôi thúc bắt đầu một điều gì đó để khám phá xem liệu có thể chuyển đổi cơ hội đó thành một nguồn thỏa mãn liên tục và tiềm năng lợi nhuận tài chính hay không. Điều đó có nghĩa rằng, lý tưởng nhất là khi kinh nghiệm sống, học vấn, kỹ năng, kinh nghiệm làm việc và mạng lưới quan hệ của doanh nhân phù hợp tốt với cơ hội đó. Chúng ta đã đề cập đến điều này trong các phần trước, vì vậy nếu cần, bạn có thể xem lại để cân nhắc vai trò của kỹ năng, khả năng và nhận thức của doanh nhân.

Doanh nhân đôi khi hành động một mình, nhưng như vậy chỉ có thể đi được một chặng đường nhất định. Một kế hoạch kinh doanh tốt, một ý tưởng sản phẩm hấp dẫn, và một cơ hội triển vọng đều là những điểm tích cực, nhưng sau tất cả, điều quan trọng là khả năng của doanh nhân trong việc thu hút một đội ngũ, đưa sản phẩm ra thị trường, và cung cấp nó đến khách hàng.

Thông thường, có một cá nhân dẫn dắt quá trình này nhờ khả năng huy động nguồn lực và đôi khi nhờ ý chí kiên cường, sự chăm chỉ và quyết tâm thành công. Trong

những thời điểm thử thách, tầm nhìn và năng lực lãnh đạo của doanh nhân chính là yếu tố quyết định.

Cuối cùng, dưới sự dẫn dắt của doanh nhân, một đội ngũ được hình thành. Khi tổ chức phát triển, đội ngũ trở thành yếu tố then chốt. Kỹ năng, học vấn, năng lực và điểm yếu của doanh nhân cần được bổ sung và hỗ trợ bởi những năng lực của các thành viên trong đội ngũ mà họ đưa vào dự án. Một số câu hỏi quan trọng cần đặt ra bao gồm:

- Đội ngũ này có nền tảng, kỹ năng và hiểu biết về cơ hội đủ để vượt qua các trở ngại không?
- Đội ngũ có thể hoạt động như một đơn vị hợp tác với khả năng ra quyết định mạnh mẽ trong các điều kiện biến động không?
- Đội ngũ có thể xử lý xung đột và bất đồng như một khía cạnh bình thường và lành mạnh khi làm việc qua các quyết định phức tạp trong điều kiện mơ hồ không?

Nếu một tổ chức đã được thành lập nhưng đội ngũ vẫn chưa được hình thành, thì những câu hỏi này sẽ hữu ích trong giúp bạn hiểu được việc tuyển chọn các thành viên như thế nào sẽ có thể tạo nên một đội ngũ hiệu quả để dẫn dắt doanh nghiệp vượt qua các giai đoạn phát triển ban đầu.

Hãy đảm bảo ghi rõ ai/những chuyên môn nào cần có trong đội ngũ của bạn như một phần trong Kế hoạch Khởi nghiệp của bạn.

Xác định, Phân tích và Lập kế hoạch cho các Nguồn lực

Quá trình khởi nghiệp thành công đòi hỏi các doanh nhân và đội ngũ của họ phải huy động nhanh chóng và hiệu quả nhiều loại nguồn lực khác nhau. Tất cả các dự án đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp đều kết hợp các nguồn lực cụ thể như vốn, nhân tài và kiến thức chuyên môn (ví dụ: kế toán, luật sư), thiết bị và cơ sở sản xuất. Việc phân tách các nguồn lực cần thiết cho một cơ hội thành các thành phần riêng biệt có thể giúp làm rõ những điều gì là cần thiết và thời điểm cần đến chúng. Mặc dù nhu cầu về nguồn lực có thể thay đổi trong các giai đoạn tăng trưởng ban đầu của một cơ hội, nhưng ở mỗi giai đoạn, doanh nhân nên xác định rõ đâu là nguồn lực ưu tiên – những yếu tố có thể giúp thúc đẩy hoặc cản trở việc chuyển sang giai đoạn tăng trưởng tiếp theo. Vậy cần những loại nguồn lực nào? Danh sách dưới đây sẽ cung cấp định hướng:

- **Vốn:** Những nguồn lực tài chính nào là cần thiết ở giai đoạn đầu tiên, và dưới hình thức nào? (ví dụ: vốn chủ sở hữu, nợ vay, vay từ gia đình, vốn từ nhà đầu tư thiên thần, vốn đầu tư mạo hiểm) Điều này đòi hỏi phải hiểu rõ nhu cầu dòng tiền, thời gian hòa vốn và các chi tiết liên quan khác. Ngay cả các tổ chức phi lợi nhuận cũng cần có nguồn thu để duy trì hoạt động. Các ước tính sơ bộ cần được chuyển thành báo cáo thu nhập dự kiến để hiểu rõ nhu cầu tài chính.
- **Kiến thức chuyên môn:** Việc ghi chép sổ sách, kế toán, xử lý các thủ tục pháp lý và tư vấn pháp lý là những nguồn lực thiết yếu cần được xem xét ngay từ khi bắt đầu một dự án. Việc tiếp cận các chuyên gia là rất quan trọng, đặc biệt trong giai đoạn đầu hiện thực hóa cơ hội. Các cơ hội mới thường đòi hỏi phải đăng ký

pháp nhân, ghi chép tài chính, và cần phải xem xét các hệ thống và nguồn lực cơ bản để trang trải những chi phí này.

- **Cơ sở vật chất, thiết bị và phương tiện vận chuyển:** Dự án có cần không gian làm việc, nhà xưởng sản xuất, thiết bị chuyên dụng hoặc phương tiện vận chuyển không? Ở giai đoạn phân tích ban đầu, chưa cần xác định rõ việc sở hữu các nguồn lực này, nhưng nhu cầu về chúng phải được xác định rõ ràng.

Quá trình Tổng thể

Quá trình khởi nghiệp kết hợp các yếu tố này lại với nhau và diễn ra trong nhiều tuần, nhiều tháng, và thậm chí nhiều năm nếu doanh nghiệp thành công. Việc phân chia quá trình thành các hạng mục và thành phần giúp bạn hiểu được từng phần riêng lẻ cũng như cách chúng liên kết với nhau. Khi nhìn lại các dự án khởi nghiệp thành công, ta thấy có sự phù hợp mạch lạc giữa các yếu tố. Kỹ năng và nền tảng học vấn của doanh nhân phù hợp với những gì mà doanh nghiệp cần. Cơ hội kinh doanh có thể được khai thác tối ưu thông qua đội ngũ và các nguồn lực đã được xác định và huy động. Các nguồn lực này cần được triển khai hiệu quả để đưa cơ hội vào thực tiễn với một chiến lược thâm nhập thị trường hợp lý, nhằm mang lại giá trị và giải quyết vấn đề của khách hàng.

Bài 3.1.3: Lập kế hoạch khởi nghiệp: Phần 1

Cần nhắc tới các yếu tố đã đề cập, một bản kế hoạch khởi nghiệp sẽ tập hợp các câu trả lời cho các câu hỏi nêu ra trước đó, kèm theo phần phân tích để đến được các câu trả lời đó.

Đây là một tài liệu mà bạn sẽ sử dụng để lập kế hoạch chi tiết cho các yếu tố đã được nêu trên. Việc xác định, phân tích và lên kế hoạch cho các yếu tố này là một điểm khởi đầu tuyệt vời. Và để đảm bảo mọi việc được thực hiện một cách thật hiệu quả, hãy tham khảo các nguyên tắc dưới đây.

Nguyên tắc Truyền đạt Kế hoạch Khởi nghiệp

Như Hindle và Mainprize (2006) lưu ý, người viết kế hoạch kinh doanh phải cố gắng truyền đạt kỳ vọng của họ về bản chất của một tương lai không chắc chắn. Tuy nhiên, rủi ro của sự mới mẻ khiến việc truyền đạt tương lai dự kiến của các cơ hội mới trở nên khó khăn (càng khó hơn đối với các tổ chức mới thành lập so với các tổ chức đã tồn tại trước đó). Họ đề ra năm nguyên tắc truyền đạt như sau:

- Kỳ vọng
 - + Chuyên hóa tầm nhìn của bạn về doanh nghiệp và cách nó sẽ hoạt động thành một định dạng phù hợp với kỳ vọng của người đọc.
 - + Truyền đạt rằng:
 - bạn đã xác định và hiểu rõ các yếu tố thành công then chốt và các rủi ro
 - thị trường dự kiến là lớn và bạn kỳ vọng sẽ chiếm lĩnh thị phần tốt
 - bạn có chiến lược thương mại hóa, tạo lợi nhuận và thống lĩnh thị trường
 - bạn có thể thiết lập và bảo vệ vị trí độc quyền và cạnh tranh

- Các cột mốc
 - + Gắn các sự kiện chính trong kế hoạch với các giá trị tài chính và định lượng cụ thể.
 - + Truyền đạt rằng:
 - các mục tiêu chính trong kế hoạch của bạn được thể hiện dưới dạng các chỉ tiêu tài chính
 - bạn đã giải quyết được nhu cầu cân bằng giữa lập kế hoạch và sự linh hoạt
 - bạn hiểu những rủi ro khi bỏ qua sự liên kết giữa các sự kiện nhất định
 - bạn hiểu tầm quan trọng của các giá trị định lượng (thay vì chỉ các mốc thời gian theo ngày tháng)
- Cơ hội
 - + Không có điều gì kéo dài mãi mãi – mọi thứ có thể thay đổi ảnh hưởng đến cơ hội: sở thích, thị hiếu, đổi mới công nghệ, bối cảnh cạnh tranh.
 - + Truyền đạt bốn khía cạnh này để phân biệt khái niệm kinh doanh, năng lực đặc trưng và lợi thế bền vững:
 - sự kết hợp mới mà doanh nghiệp dựa vào
 - quy mô cơ hội hoặc thị trường
 - xu hướng tăng trưởng thị trường
 - giá trị của doanh nghiệp trên thị trường (% thị phần dự kiến hoặc giá trị thị phần tính theo đô la)
- Bối cảnh
 - + Bốn khía cạnh chính mô tả bối cảnh mà cơ hội mới dự kiến sẽ hoạt động (bao gồm môi trường bên trong và bên ngoài).
 - + Truyền đạt:
 - bối cảnh sẽ hỗ trợ hay cản trở đề xuất như thế nào
 - bối cảnh có thể thay đổi và ảnh hưởng đến tổ chức ra sao, cùng với mức độ linh hoạt hoặc khả năng ứng phó được xây dựng trong doanh nghiệp
 - ban quản lý có thể hoặc sẽ làm gì nếu bối cảnh trở nên bất lợi
 - ban quản lý có thể làm gì để tác động tích cực đến bối cảnh
- Mô hình Khởi nghiệp
 - + Một tuyên bố ngắn gọn và rõ ràng về cách một ý tưởng trở thành doanh nghiệp tạo ra giá trị
 - + Truyền đạt:
 - Ai trả tiền, trả bao nhiêu và tần suất như thế nào?
 - Các hoạt động mà công ty phải thực hiện để sản xuất sản phẩm, cung cấp sản phẩm đến khách hàng và kiếm doanh thu
 - Và có khả năng bảo vệ các khẳng định rằng doanh nghiệp này hấp dẫn, bền vững và có lợi thế cạnh tranh

Bài 3.1.4: Lập kế hoạch khởi nghiệp: Phần 2

Nguyên tắc đánh giá độ Tin nhiệm của Kế hoạch Khởi nghiệp

Người viết kế hoạch khởi nghiệp cần nỗ lực để tạo dựng tính tín nhiệm (Hindle & Mainprize, 2006), do đó phải có sự phù hợp giữa những gì đội ngũ khởi nghiệp (những người tìm kiếm nguồn lực) cần và những gì nhà cung cấp nguồn lực kỳ vọng dựa trên các tiêu chí của họ. Cách tiếp cận “được thì lấy, không thì thôi” (ví dụ: dự báo tài chính được định sẵn không thể thay đổi) từ phía đội ngũ khởi nghiệp có khả năng thất bại cao trong việc huy động nguồn lực. Hindle và Mainprize (2006) đưa ra năm nguyên tắc giúp các nhà khởi nghiệp tạo dựng tính tín nhiệm như sau:

- **Đội ngũ**
 - + Không có đội ngũ phù hợp, mọi thứ khác đều không quan trọng.
 - + Truyền đạt:
 - Họ biết gì?
 - Họ quen biết ai?
 - Họ được biết đến mức độ nào?
- **Phân tích chi tiết**
 - + Phân chia các nhiệm vụ thành từng phần nhỏ để mỗi bước đều tối đa hóa cơ hội và giảm thiểu rủi ro:
 - các chiến lược phụ
 - các chương trình tạm thời
 - các kế hoạch hành động cụ thể và chi tiết
- **Tích hợp kịch bản**
 - + Khẳng định vị thế dẫn đầu không thể bị đánh bại hoặc vị trí độc quyền trên thị trường là ngay thơ.
 - + Xây dựng cơ hội giống như chơi cờ:
 - Dự đoán trước nhiều bước đi
 - Nhìn tương lai như một bộ phim chứ không phải bức ảnh tĩnh
- **Liên kết Tài chính**
 - + Các giả định then chốt liên quan đến quy mô thị trường, tỷ lệ thâm nhập, và các vấn đề về thời gian trong bối cảnh thị trường được trình bày trong kế hoạch khởi nghiệp phải liên kết trực tiếp với các báo cáo tài chính.
 - + Báo cáo thu nhập và báo cáo lưu chuyển tiền tệ phải được trình bày sau các báo cáo hoạt động, trong đó nêu rõ các giả định kế hoạch chủ yếu về quy mô thị trường, doanh số bán hàng, năng suất và cơ sở ước tính doanh thu.
- **Thỏa thuận**
 - + Nếu mục tiêu chính là thực hiện việc thoái vốn, thì bản kế hoạch khởi nghiệp cần xây dựng một cấu trúc thỏa thuận gia tăng giá trị nhằm thu hút nhà đầu tư.
 - + Những yếu tố phổ biến cần xem xét bao gồm: tính khả thi, tiềm năng lợi nhuận, rủi ro tiềm ẩn, vòng đời dự kiến, và các lĩnh vực có khả năng xảy ra tranh chấp hoặc cần cải thiện.

Bài 3.1.5: Lập kế hoạch khởi nghiệp: Phần 3

Nguyên tắc chung khi lập Kế hoạch Khởi nghiệp

Nhiều doanh nhân cần có một kế hoạch để đạt được mục tiêu của mình. Dưới đây là một số nguyên tắc cơ bản để phát triển bản kế hoạch khởi nghiệp:

- Một cấu trúc định dạng chuẩn sẽ giúp người đọc hiểu rằng doanh nhân đã suy nghĩ thấu đáo mọi khía cạnh và rằng lợi nhuận thu được xứng đáng với rủi ro.
- Đóng tập tài liệu một cách chắc chắn giúp người đọc dễ dàng theo dõi mà không bị rơi rớt các trang.
- Cần đảm bảo 100% rằng:
 - + Mọi nội dung được tích hợp hoàn chỉnh: phần văn bản phải phản ánh chính xác những gì được trình bày trong phần tài chính.
 - + Tất cả các báo cáo tài chính phải được liên kết và hợp lệ (ví dụ: bảng cân đối kế toán phải thực sự cân bằng).
 - + Tài liệu được định dạng tốt (bố cục giúp tài liệu dễ đọc và dễ hiểu – bao gồm tất cả biểu đồ, sơ đồ, báo cáo và phần bổ sung).
 - + Mọi thứ phải chính xác (KHÔNG có lỗi chính tả, ngữ pháp, cấu trúc câu, trích dẫn hoặc tính toán).
 - + Tài liệu dễ đọc và dễ hiểu nhờ được tổ chức hợp lý, không có sự lặp lại không cần thiết.
 - Thông thường, việc lặp lại nội dung là không cần thiết — thậm chí gây bất lợi. Để tránh việc trùng lặp thông tin, bạn nên kết hợp các phần nội dung và giảm thiểu hoặc loại bỏ việc lặp lại càng nhiều càng tốt.
 - + Bao gồm đầy đủ thông tin cần thiết để người đọc có thể hiểu toàn bộ nội dung của tài liệu.
 - + Thuật ngữ được sử dụng trong bản kế hoạch phải rõ ràng.
 - Ví dụ: nếu bản kế hoạch của bạn viết rằng “thiếu hụt 100.000 đơn vị trong khi các đối thủ đang sản xuất 25.000 đơn vị. Chúng tôi có thể giúp lấp đầy khoảng trống lớn này với năng lực sản xuất 5.000 đơn vị”, thì người đọc sẽ thấy rất mơ hồ. Điều này có nghĩa là tổng số thiếu hụt là 100.000 đơn vị và các đối thủ đang sản xuất 25.000 đơn vị mỗi năm (tức là chỉ thiếu hụt trong bốn năm)? Hay là thiếu hụt 100.000 đơn vị mỗi năm và chỉ có 25.000 đơn vị đang được sản xuất mỗi năm, tức là mức thiếu hụt rất lớn và đang tăng lên hàng năm? Bạn luôn phải đưa ra góc nhìn đầy đủ bằng cách nêu rõ khoảng thời gian, đơn vị tiền tệ, quy mô, hoặc các số liệu đo lường khác.
 - + Nếu bạn sử dụng con số dưới dạng phần trăm, hãy chỉ rõ phần trăm đó ám chỉ điều gì, nếu không con số đó sẽ hoàn toàn vô nghĩa với người đọc.
 - + Nếu kế hoạch của bạn có yếu tố quốc tế, cần làm rõ đơn vị tiền tệ được sử dụng cho các khoản chi phí, doanh thu, giá bán hoặc các giá trị khác.
 - Điều này có thể được giải quyết bằng cách chỉ rõ đơn vị tiền tệ được quy đổi ngay từ đầu tài liệu. Một lựa chọn khác là chỉ rõ đơn vị tiền tệ mỗi lần được sử dụng, và đôi khi bạn có thể muốn hiển thị giá trị bằng nhiều loại tiền tệ. Tất nhiên, bạn cũng cần đánh giá rủi ro tỷ giá hối đoái mà bạn có thể gặp phải và mô tả điều này trong kế hoạch của mình.
- Độ tin cậy cần được thiết lập và duy trì xuyên suốt:

- + Nếu có một thông tin nào đó được nêu ra như một sự thật nhưng không được biết đến rộng rãi, bạn luôn phải chỉ rõ nguồn trích dẫn. Những tuyên bố không có căn cứ sẽ làm giảm độ tin cậy của kế hoạch.
- + Hãy cụ thể. Một bản kế hoạch khởi nghiệp sẽ vô giá trị nếu chỉ sử dụng những cụm từ mơ hồ như "nhu cầu cao", "giá cả được cân nhắc cẩn thận" hay các cách diễn đạt yếu kém khác. Kế hoạch phải trình bày bằng các con số cụ thể (và được trích dẫn nguồn chính xác), giá thực tế, và dữ liệu thực tế thu được thông qua nghiên cứu bài bản. Đây là cách duy nhất để đảm bảo kế hoạch của bạn được xem là đáng tin cậy.

Hoạt động 3.1.1: Mô phỏng Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDG)

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Entrepreneurial Process – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bài tập Học phần 3: Kế hoạch hành động của bạn

Mục tiêu của bài tập này là giúp bạn kết nối tất cả những gì bạn đã học và thực hành trong suốt học phần vừa qua liên quan đến quy trình lập kế hoạch khởi nghiệp. Hãy xem video hướng dẫn về [cách phát triển sơ đồ quy trình](#). Sau đó, bạn sẽ tự phát triển một sơ đồ quy trình của riêng mình, phác thảo các bước bạn cần thực hiện để xây dựng một bản kế hoạch khởi nghiệp toàn diện và được suy nghĩ kỹ lưỡng. Hãy xem trước Bài tập Học phần 4: Bản kế hoạch khởi nghiệp để biết thêm thông tin về nội dung bạn sẽ xây dựng.

Bài nộp của bạn cần có tính hệ thống và trình bày rõ ràng quy trình bạn sẽ thực hiện (tức là các bước bạn sẽ hoàn thành), cũng như các nguồn thông tin bạn cần để lấp đầy những khoảng trống và hoàn thiện bản kế hoạch khởi nghiệp của mình. Bài nộp nên bao gồm một sơ đồ quy trình (process map diagram), và có độ dài khoảng 250 từ – tương đương một trang đánh máy cách dòng đôi. Ngoài ra, bạn cũng có thể trình bày dưới dạng infographic hoặc một bài thuyết trình dài 2–3 phút. Nếu bạn đang thực hiện bài này trong khuôn khổ một khóa học chính thức và muốn tiếp cận theo một cách khác, vui lòng trao đổi trước với giảng viên của bạn.

Tài liệu tham khảo

Baron, R. A. (2004b). Opportunity recognition: Insights from a cognitive perspective. In J. E. Butler (Ed.), Opportunity identification and entrepreneurial behavior (pp. 47-73). Greenwich, Conn.: Information Age Pub

Hindle, K., & Mainprize, B. (2006). A systematic approach to writing and rating entrepreneurial business plans. The Journal of Private Equity, 9(3), 7-23.

8. Chuẩn bị bài tập cho Học phần 4

Với tất cả kiến thức và hiểu biết mới mà bạn đã tích lũy được từ các Học phần 1–3, giờ đây bạn đã sẵn sàng để bắt đầu suy nghĩ một cách sáng tạo và đổi mới về những cơ hội khởi nghiệp tiềm năng của riêng bạn!

Thế giới đầy rẫy những vấn đề thách thức, và điều tuyệt vời là bạn hoàn toàn có thể kiếm sống bằng cách đón nhận những thách thức đó và giải quyết chúng một cách hiệu quả. Như một lời nhắc nhở, có rất nhiều cách để suy nghĩ sáng tạo và đổi mới về cách giải quyết vấn đề. Nhiệm vụ của bạn — nếu bạn chọn chấp nhận — là xem video và xem qua infographic dưới đây về Các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs) của Liên Hợp Quốc, và chọn ba mục tiêu để đào sâu và động não về những “vấn đề” (tức là những điều có thể được cải thiện) trên thế giới liên quan đến các SDG mà bạn chọn. Những vấn đề này có thể lớn hoặc nhỏ, rõ ràng hoặc mơ hồ, nhưng hãy suy nghĩ về những nguyên nhân gốc rễ dẫn đến các thách thức toàn cầu mà các SDG bạn lựa chọn đang cố gắng giải quyết.

SDGs là gì? Hãy xem video này:

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Unit 4 Assignment Preparation – Introduction to Entrepreneurship](#)

Ngoài ra, hãy xem qua hình ảnh này (un.org, 2015) biểu thị tất cả 17 mục tiêu:



Hãy dành thời gian nghiên cứu ba Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs) mà bạn cảm thấy hứng thú nhất và thấy đây là những lĩnh vực cần được cải thiện trên thế giới càng sớm càng tốt. Ba mục tiêu bạn chọn sẽ khác với những người khác, và đó là điều tuyệt vời. Nếu tất cả chúng ta đều chọn cùng một lĩnh vực đam mê, chúng ta sẽ bỏ lỡ cơ hội giải quyết rất nhiều thử thách khác nhau!

Hãy nghiên cứu các nguồn trực tuyến để hiểu nguyên nhân gốc rễ của các vấn đề mà ba SDGs đó đang cố gắng giải quyết. Bạn đã tìm thấy những nguyên nhân gốc rễ nào? Tại sao những vấn đề này lại khó giải quyết đến vậy? Điều gì có thể làm được ngay bây giờ và điều gì sẽ cần thời gian?

Tron mô-đun tiếp theo, bạn sẽ phát triển kế hoạch khởi nghiệp của mình

Tài liệu tham khảo

United Nations. (2015). *Do you know all 17 SDGs?* Retrieved from:
<https://youtu.be/0XTBYMfZyrM>

United Nations. (2015). *Sustainable Development Goals Infographic*. Retrieved from:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2015/12/sustainable-development-goals-kick-off-with-start-of-new-year/>

Học phần 4: Tiềm năng Khởi nghiệp của bạn

Giới thiệu Học phần 4

Tài liệu bổ sung cho người sử dụng ebook: [Unit 4: Your Entrepreneurial Potential – Introduction to Entrepreneurship](#)

Bản ghi

Chào mừng bạn chính thức đến với học phần cuối cùng – Học phần 4. Trong học phần này, chúng ta sẽ tổng hợp tất cả những gì bạn đã học để xây dựng một kế hoạch khởi nghiệp nhằm giải quyết một trong các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs). Đây là một cơ hội tuyệt vời để bạn thử nghiệm và sáng tạo trong việc phát triển một kế hoạch khởi nghiệp, đồng thời bắt đầu làm quen với việc phân tích các cơ hội – một kỹ năng vô cùng quan trọng, bất kể bạn muốn làm việc trong ngành nghề hay lĩnh vực nào. Hãy tận dụng những trải nghiệm bạn đã có khi xây dựng kỹ năng khởi nghiệp của chính mình trong suốt khóa học và trong cuộc sống. Hãy cùng phát triển những kế hoạch thực sự toàn diện và khả thi có thể giúp bản thân và người khác tạo ra sự thay đổi cho thế giới.

Kết thúc học phần này, bạn sẽ hoàn thành các nội dung sau:

Kết quả học tập

- Xây dựng một kế hoạch khởi nghiệp

9. Nộp bài tập Học phần 4: Kế hoạch Khởi nghiệp

Bây giờ bạn đã xác định được ba SDGs mà bạn cảm thấy hứng thú nhất và đã nghiên cứu một số nguyên nhân gốc rễ đầy thách thức liên quan đến chúng, đã đến lúc chọn một SDG để xây dựng kế hoạch khởi nghiệp của bạn. Hãy chọn SDG khiến bạn cảm thấy phấn khích nhất, mà bạn đam mê nhất. Dựa trên SDG đã chọn, hãy xác định cơ hội khởi nghiệp tiềm năng của bạn để góp phần giải quyết mục tiêu đó. Bạn sẽ sử dụng quy trình khởi nghiệp đã được trình bày trong Học phần 3 và sơ đồ quy trình từ bài tập Học phần 3 để phát triển kế hoạch khởi nghiệp nhằm giải quyết mục tiêu phát triển bền vững mà bạn đã chọn. Kế hoạch khởi nghiệp của bạn nên bao gồm ba phần chính (không tính trang bìa, mục lục và phụ lục): Vấn đề, Cơ hội, Kế hoạch, và hãy đảm bảo rằng bạn áp dụng các nguyên tắc và hướng dẫn từ Unit 3 về quy trình khởi nghiệp.

Vấn đề (Xác định và Phân tích) (khoảng 100–200 từ phần trình bày chính + phụ lục để thể hiện phân tích)

1. SDG bạn chọn và mức độ cần thiết của hành động
2. Những thách thức chính liên quan đến việc đạt được mục tiêu SDG này
3. Phác thảo (ít nhất một vài) nguyên nhân gốc rễ của vấn đề

Cơ hội (Xác định và Phân tích) (khoảng 150–250 từ phần trình bày chính + phụ lục để thể hiện phân tích)

1. Giải thích cơ hội khởi nghiệp có thể thực hiện để góp phần đạt được mục tiêu này (có thể là quy mô lớn hoặc nhỏ, nhưng cần mang tính khởi nghiệp, có thể hành động được và độc đáo – nghĩa là không phải thay đổi chính sách hay các thách thức ở cấp quản trị vốn chậm và có thể mất hàng thập kỷ để thay đổi). Hãy động não, suy nghĩ sáng tạo và đừng ngại bắt đầu từ những điều nhỏ!
2. Trình bày rõ ràng cách cơ hội này giải quyết ít nhất một trong những nguyên nhân gốc rễ bạn đã xác định ở phần “Vấn đề”
3. Xác định xem có nhóm người nào sẵn sàng trả tiền cho những gì bạn đang làm không, việc này có quan trọng không, và họ sẽ trả khoảng bao nhiêu cho giá trị bạn mang lại (lưu ý rằng con số này cần dựa trên bằng chứng và lập luận hợp lý)

Kế hoạch (Xác định, Phân tích & Lập kế hoạch) (khoảng 500–750 từ phần trình bày chính + phụ lục thể hiện phân tích)

1. Điều gì khiến bạn có khả năng đặc biệt để biến cơ hội này thành hiện thực?
2. Bạn có thể tự mình thực hiện điều này không, hay bạn sẽ cần sự hỗ trợ? Nếu cần sự hỗ trợ, ai sẽ giúp bạn? Ai sẽ là thành viên trong nhóm của bạn và họ cần những kỹ năng gì?
3. Bạn cần tiếp cận những nguồn lực nào? Cơ sở vật chất? Vật liệu? Mạng xã hội? Các nguồn lực khác? Bạn sẽ tiếp cận những nguồn lực này như thế nào?
4. Lộ trình thời gian để thực hiện ý tưởng này là gì?

Yêu cầu:

Hãy kiểm tra với giảng viên của bạn nhưng bài nộp có thể được trình bày dưới dạng tài liệu đề xuất, bài thuyết trình hoặc một hình thức khác. Bạn có thể sử dụng Word, Adobe, Canva, PowerPoint, Prezi, WordPress hoặc nhiều công cụ khác để hoàn thiện bài làm của mình. Hãy kiểm tra với giảng viên về hình thức bạn muốn sử dụng, lưu ý đến độ sâu của từng phần như hướng dẫn ở trên.

Về mặt hình thức, tôi gợi ý bạn nên có trang bìa, mục lục và phụ lục để trình bày các phân tích hỗ trợ.

Phát triển Kế hoạch Khởi nghiệp của bạn và cùng nhau thay đổi thế giới nào!

10. Tổng kết Khoá học và Suy ngẫm

Khi khóa học sắp kết thúc, đã đến lúc nhìn lại hành trình học tập về khởi nghiệp của bạn trong suốt khóa học này, và cách tốt nhất để kết thúc chính là hoàn thành bài thu hoạch cuối khóa của bạn trong khóa học. Việc viết bài thu hoạch là một phương pháp học tập rất hiệu quả bởi nó giúp chúng ta dừng lại và suy ngẫm không chỉ về những gì đã học mà còn về ý nghĩa của nó đối với bản thân. Viết giúp tạo ra ý nghĩa cá nhân và sâu sắc từ tài liệu học tập.

Tương tự như các bài thu hoạch cuối mỗi học phần trong các Học phần 1-3, chúng ta sẽ tập trung phát triển một kế hoạch hành động dựa trên việc học và phát triển, dựa trên các bài thu hoạch và trải nghiệm học tập của bạn xuyên suốt khóa học, bằng cách áp dụng một phương pháp suy ngẫm có tên là ORID.

“ORID là một khuôn khổ dẫn dắt cuộc trò chuyện có mục tiêu cụ thể giúp nhóm người đạt được sự đồng thuận hoặc làm rõ sự khác biệt” (BetterEvaluation.org, 2021):

- ‘O’ là Objective (Khách quan) – Bài học quan trọng nhất bạn rút ra được từ khóa học và trải nghiệm học tập này là gì? Có thể là một nội dung cụ thể, một kỹ năng hoặc điều gì đó bạn học được về năng lực khởi nghiệp của chính mình!
- ‘R’ là Reflective (Phản chiếu) – Bạn cảm thấy thế nào về bài học này? Bạn đánh giá cao hay không thích điều gì về nó?
- ‘I’ là Interpretive (Diễn giải) – Những vấn đề hay thách thức nào liên quan đến bài học này?
- ‘D’ là Decisional (Quyết định) – Bạn sẽ tích hợp bài học này vào cuộc sống của mình như thế nào? Phát triển một kế hoạch có ý nghĩa với ba mục tiêu học tập rõ ràng, cùng các hành động cụ thể bạn cần thực hiện, cách thức và thời điểm thực hiện, nhằm giải quyết những thách thức hoặc điểm yếu trước khi bước vào học kỳ tiếp theo.

Bài thu hoạch cuối cùng của bạn nên có độ dài khoảng 500-700 từ viết hoặc một video dài khoảng 6-7 phút. Hãy hỏi ý kiến giảng viên của bạn nếu bạn muốn hoàn thành bài bằng hình thức khác.

Về Biên tập viên

Katherine Carpenter

katherine.carpenter@kpu.ca

Katherine Carpenter (Cochrane) có bằng MBA từ Đại học Victoria và là giảng viên toàn thời gian tại Đại học Bách khoa Kwantlen từ năm 2020. Katherine đã có hơn 12 năm kinh nghiệm giảng dạy trực tiếp và trực tuyến, cũng như thực hiện các dự án tư vấn cho nhiều tổ chức khởi nghiệp khác nhau. Bên cạnh lĩnh vực khởi nghiệp, các chuyên môn của cô bao gồm tương tác sinh viên, học trực tuyến, phát triển và đổi mới chương trình, cùng thiết kế giảng dạy.



Hiện tại, Katherine là người phát triển chương trình cố vấn Giáo dục Mở vì một Thế giới Tốt đẹp hơn (Open Education for a Better World) và là người nhận Học bổng OER năm 2021 qua Nhóm Công tác Giáo dục Mở của KPU. Khi không giảng dạy tại KPU, Katherine còn giảng dạy tại các tổ chức công lập và tư thục trên khắp đất nước, đồng thời tích cực ủng hộ phương pháp giáo dục bao gồm toàn diện (UDL), giáo dục mở, giảng dạy trực tuyến và liên tục cải tiến chương trình để đáp ứng nhu cầu của người học trên toàn thế giới.

Dự án này được tài trợ bởi Học bổng Tạo nội dung Giáo dục Mở từ Open Education tại KPU và nhận được sự hỗ trợ từ nhóm Open Publishing Suite (OPUS).

Về Cộng tác viên

Jonathan Carpenter

jonathantcarpenter@gmail.com

Jonathan Carpenter đã có hơn 25 năm kinh nghiệm khởi nghiệp và giảng dạy trong việc điều hành các doanh nghiệp tại Vancouver Island, cũng như giảng dạy các khóa học kinh doanh tại các cơ sở giáo dục đại học trên toàn quốc. Chuyên môn của Jonathan là phát triển các tài nguyên đa phương tiện phù hợp với các thực hành sư phạm tốt nhất nhằm đáp ứng nhu cầu của người học trực tuyến trong việc phát triển kỹ năng số. Jonathan chịu trách nhiệm thiết kế và phát triển toàn bộ nội dung đa phương tiện trong khóa học này và có niềm đam mê nghiên cứu trong lĩnh vực học tập và công nghệ.

Andrea Niosi

andrea.niosi@kpu.ca

Andrea Niosi (MBA, Đại học British Columbia) đã giảng dạy các khóa học kinh doanh đại học (Marketing, Lãnh đạo Khởi nghiệp) tại Đại học Bách khoa Kwantlen từ năm 2008. Năm 2021, Andrea xuất bản sách giáo khoa mở đầu tiên của mình, *An Introduction to Consumer Behaviour* cùng với tài liệu phụ trợ Ancillary Resource Guide. Andrea áp dụng các phương pháp sư phạm mở trong giảng dạy, hỗ trợ sinh viên tạo ra các tác phẩm có thể tái sử dụng và xuất bản, góp phần đa dạng hóa các tiếng nói và ví dụ trong lĩnh vực kinh doanh. Năm 2020, Andrea nhận được Học bổng BC Campus và là thành viên của chương trình Học bổng Sư phạm Mở về Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDG) tại KPU.

Từ năm 2019, Andrea tham gia tích cực trong chương trình cố vấn Giáo dục Mở vì một Thế giới Tốt đẹp hơn, ban đầu là nhà phát triển và hiện là người cố vấn. Andrea nhận Giải thưởng Xuất sắc về Giáo dục Mở của BC Campus năm 2021. Khi không giảng dạy tại KPU, cô còn là giảng viên khách mời tại Đại học Khoa học Ứng dụng Vienna và diễn giả tại nhiều hội nghị, nơi cô thúc đẩy, chia sẻ và truyền cảm hứng về giáo dục mở và sư phạm mở.